

大数据分析决策与运营

课程背景：

中国已达 8 亿互联网用户，越来越多的传统企业通过互联网进行转型，越来越多的人通过移动互联网平台进行沟通、应用、采购商品，从而产生了海量的业务逻辑数据。可以说，未能足够利用大数据时代“创新”机遇的企业是没有未来的企业，必将被市场淘汰。

课程特点：

简明阐述什么是大数据分析决策思维。

清晰地介绍大数据分析运营优秀案例技术、主要过程。

实战应用于大数据运营主要应用领域

授课方法：结合当今企业竞争与大数据的发展趋势，通过理论与实战案例解析相结合的方式授课，内容严谨充实又不乏轻松幽默，同时加入学员案例现场演练和点评，增强课程的互动性。

模块一、大数据分析思维概述

第一节

大数据决策的核心——数据挖掘

大数据的构成

大数据 4V 特征

大数据的代表

案例:手机计步数据

◆ 10 分钟

第二节

何为大数据思维

大数据驱动数字经济

大数据变现思维

案例:360 精准引流电商

◆ 10 分钟

第三节

数据挖掘目的：如何理解和采集用户需求

用户行为数据

用户消费数据

用户地理位置数据

用户社交等 UGC 数据

◆ 10 分钟

第四节

数据挖掘技术：分类、预测、推估、关联、聚类、可视化

分类

预测

推估

关联

聚类

可视化

◆ 10 分钟

第五节：

数据决策建模、流程及分析指标

数据决策的原理

数据决策建模架构

决策的分类指标

数据决策常犯的错误

◆ 10分钟

第六节

大数据与物联网应用

可穿戴行业应用

智能家电行业应用

智能交通应用

案例:健康手表、车联网

◆ 10分钟

模块二、如何培养数据分析决策新思维

第七节

洞察：通过数据精准把控用户需求（上）

用户需求数据研究与决策

定位目标用户：建立初步用户画像，模拟使用场景

案例：苹果手机营销与数据画像

◆ 10分钟

第八节

洞察：通过数据精准把控用户需求（下）

完善数据体系：逐步验证需求的真伪

案例：互联网保险，美妆互联网营销分析

◆ 10分钟

第九节

体验：做用户喜爱的产品设计（上）

建立、衡量用户体验指标

保证用户体验的方法

案例：数据爬虫技术解析餐饮爆品

◆ 10分钟

第十节

体验：做用户喜爱的产品设计（下）

数据分析决策：人物角色、故事板、偏好测试

案例：互联网保险产品分析

◆ 10分钟

第十一节

转化：数据决策从需求到功能再到产品（上）

业务需求、用户需求、功能需求、系统需求的关系

案例：互联网电商爆品研发-智能花洒

◆ 10分钟

第十二节

转化：数据决策从需求到功能再到产品（下）

如何提升营销转化率、VVVRR 模型等

案例：精准挖掘优质信用卡客户特性、李佳琦直播产品、粉丝分析

◆ 10 分钟

模块三、大数据运营思维如何落地

第十三节

互联网运营在企业中的定位（上）

互联网+思维的进化

互联网+N

公域流量-私域流量

案例：电商、微商、抖商的变革

◆ 10 分钟

第十四节

互联网运营在企业中的定位（下）

企业的互联网运营转型

互联网企业的特点

与互联网思维契合的运营管理方法

◆ 10 分钟

第十五节

通过流程体系实施大数据决策管理（上）

大数据决策管理（1）业务数据化

企业数字化的主要特征

降本提效、提升竞争力是企业数字化转型的核心诉求

案例：百度地图

◆ 10 分钟

第十六节

通过流程体系实施大数据决策管理（下）

大数据决策管理（2）业务数据化提供新型产品/服务

服务就是为客户体验服务带来的益处

服务的形式

案例：芝麻信用

◆ 10 分钟

第十七节

设计、构建大数据决策一体化端到端精益流程

数据驱动是解决流程中的问题

数据决策一体化战略实施三步走

◆ 10 分钟

第十八节

建立大数据决策监控与评价指标体系

建立现代数据分析平台全面的管控体系

数据岗位角色和技能需求匹配图

◆ 10 分钟

