



数字化转型-数据分析思维与大数据应用

课程背景：

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。

课程目标：

大数据思维已经成为企业业务运营、产品创新的基础指导思想，它基于由

日常积累的大量行业及用户体验数据，从中发现潜在的、有价值的信息——称

为知识，用于产品研发和趋势决策。

课程时间：6 小时

授课方法：理论讲授(40%)+案例分析、小组研讨(60%)

课程对象：适合了解互联网金融思维，本质和大数据的各级人员。

主训导师：马兆林（简介略）

课程大纲：

第一讲、数据分析思维

深度解析互联网发展趋势

思考：中国经济如何通过互联网成功“弯道超车”。

中国互联网创业迭代发展的新模式

企业如何在大数据环境下创新发展

移动互联网给汽车行业带来的新契机——物联网-车联网

思考：当下中国企业如何利用互联网跨域时空的特定，给企业经营加“杠杆”，从而实现高纬度竞争。

第二讲、大数据时代下的数据分析思维

用户思维——观念创新

数据画像

——把握用户的核心需求

——如何利用用户体验开展营销

跨界思维——战略创新

跨界分金

——行业边界的模糊

——如何做颠覆式创新

平台思维——机制创新

生态构建

——建设生态圈

——如何建立互联网时代的联盟

简约思维——管理创新

小而美的境界

——“简”是王道

——如何“简”而不“乏”

大数据思维——技术创新

科技复兴

——大数据现代企业的仪表盘

——如何让大数据助力高效运营

免费思维——业务创新

打造闭环

——羊毛出在狗身上让狗付费

——如何规划互联网时代的商业模式

口碑思维——服务创新

——口碑的独特优势

——如何把握口碑的关键节点

第三讲、大数据分析挖掘概述

大数据决策的核心——数据挖掘

数据挖掘目的：如何理解和采集用户需求

数据挖掘技术：分类、预测、推估、关联、聚类、可视化

数据决策建模、流程及分析指标

第四讲、如何培养分析思维

洞察：通过数据精准把控用户需求

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

完善数据体系：逐步验证需求的真伪

体验：做用户喜爱的产品设计

建立、衡量用户体验指标

保证用户体验的方法

数据分析决策：人物角色、故事板、偏好测试

转化：数据决策从需求到功能再到产品

业务需求、用户需求、功能需求、系统需求的关系

如何提升营销转化率

——核心指标的维护

——卖点突出的设计

——关联营销

——提升复购率