



数据化管理的思维、路径和方法

课程背景：

数据思维和管理实践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（1 天）

授课方法：理论讲授(40%)+ 案例分析、小组研讨(60%)

课程对象：适合学习掌握数据思维，本质和能力的各级人员。

主训导师：马兆林（简介略）

课程大纲：

一、数据化的思维和方法

1. 数字经济的基本构成
 - 1) 新生产要素：数据
 - 2) 新基础设施：云网端
 - 3) 新就业形态：自由职业者
 - 4) 新产业组织：平台+个人
 - 5) 新商业模式：web3.0
2. 数据化的思维方法论
 - 1) 平台：平台替代公司
 - 2) 数据：数据实时在线
 - 3) 智能：智能运营与决策
 - 4) 融合：线上与线下融合
3. 数据化分析工具
 - 1) 分类分析
 - 2) 预测分析
 - 3) 聚类分析
 - 4) 关联分析

5) 可视化

二、数据化管理的创新思维和方法

1. 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

2. 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

3. 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

4. 简约思维——管理创新

小而美的境界

——“简”是王道

——如何“简”而不“乏”

5. 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

6. 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

7. 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

三、数据化思维的模型和具体流程应用案例

1. 洞察：通过数据精准把控用户需求
 - 1) 用户需求数据研究与决策
 - 2) 定位目标用户：建立初步用户画像，模拟使用场景
 - 3) 完善数据体系：逐步验证需求的真伪
2. 体验：做用户喜爱的产品设计
 - 1) 建立、衡量用户体验指标
 - 2) 保证用户体验的方法
 - 3) 数据分析决策：人物角色、故事板、偏好测试
3. 转化：数据决策从需求到功能再到产品
 - 1) 业务需求、用户需求、功能需求、系统需求的关系
 - 2) 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

四、数据化的路径和学习方法

1. 国内 DCMM 数据管理能力成熟度评估
 - 1) DCMM 数据管理能力成熟度评估
 - 2) DCMM 评估必要性
 - 3) DCMM 模型介绍
 - 4) DCMM 预评估
 - 5) DCMM 评估过程
2. 数据化决策思维落地方法
 - 1) 通过流程体系实施大数据决策管理
 - 2) 设计、构建大数据决策一体化端到端精益流程
 - 3) 建立大数据决策监控与评价指标体系

烟草-案例	
企业	培训主题
永州烟草	《工业互联网与人工智能》
永州烟草	《区块链技术应用》
贵州烟厂	《网络信息安全培训》（19, 20, 21年）
贵州铜仁卷烟厂	《信息网络安全知识培训讲座》
湖北中烟-黄鹤楼	《烟草数字化转型》
上海烟草	《区块链-未来商业模式改变》