

颠覆传统的互联网思维

主讲嘉宾：章嘉

课程背景：互联网渗透甚至颠覆各行各业已经是大家的共识，传统互联网需升级，传统企业更加面临转型，要成功转型升级必须用互联网思维作为指导思想，互联网时代的到来不是偶然的，而是社会发展、科技进步背景下的必然产物，互联网思维不是简单的工具，而是一种新的管理哲学思想，互联网思维将重新定义管理、市场、经济等学科的基本假设，开创新的人类生活场景。

课程受众：管理者、创业者、公众

课程时间：12小时/2天

课程大纲：

第一讲：科技推动下的新文化新世界

- 1、 从案例开始---大佬是怎么炼成的
- 2、 产品推销时代
- 3、 产品营销时代
- 4、 信息推销时代
- 5、 信息营销时代---信息对等
- 6、 全球信息产业的历史变迁
- 7、 互联网时代的哲学基因---必然的解构
- 8、 分工理论塑造的社会将迅速被瓦解
- 9、 分享、跨界、合工将构筑新的社会体系
- 10、 人的主体地位的重新确立

11、 互联网技术将成为社会基础设施

第二讲：互联网思维颠覆了什么？

- 1、 旧时代的企业愿景、使命、宗旨失灵了
- 2、 百年的五百强企业倒下了
- 3、 有着优秀企业文化的巨型企业消失了
- 4、 全球技术顶尖的骄子被收购了
- 5、 人才济济的全球知名企业退出了历史舞台
- 6、 管理学家、企业家搞不懂了
- 7、 颠覆不是变革、创新、小改小革
- 8、 工业革命以来的很多基本假设被颠覆了

第三讲：互联网时代企业文化的重新塑造

- 1、 当代哲学范式重新延展了管理哲学
- 2、 社会化思潮---从上到下变成从下到上
- 3、 核心文化中淡化了企业家的价值观
- 4、 体制性文化被团队约定的理念取代
- 5、 制度文化在社交情怀中消融

第四讲：互联网时代的公司治理

- 1、 董事会代理股东大会制度受到质疑
- 2、 众筹模式的公司治理结构
- 3、 董事长变成团队领袖
- 4、 经理层的多重角色
- 5、 全员合伙人的治理课题

第五讲：互联网多重时空下的经营战略

- 1、 战略环境异常复杂，不易识别
- 2、 传统的三大战略法则不能很好的指导市场
- 3、 跨界打劫超越了行业五力竞争模型
- 4、 波士顿矩阵无法完整描述业务单元
- 5、 平台成为新的战略要地
- 6、 流量成为真正的战略要素
- 7、 战略路径中呈现链接一起的规律

第六讲：互联互通的组织架构和流程重整

- 1、 传统五种组织方式成为企业发展的障碍
- 2、 扁平化—直线—圆形构造
- 3、 网状串联小组的横向联络结构
- 4、 纵横交错的团队小组

第七讲：技术成就了产品为王

- 1、 先产品后情怀，产品体验成为话语权
- 2、 众包模式助力技术创新
- 3、 简约美观是技术创新的起点
- 4、 极致到尖叫才能黏住粉丝
- 5、 迭代速度成为生存关键
- 6、 大规模多样化定制成为现实

第八讲：互联网时代营销战略话题最多

- 1、 经典营销理论

- 2、 整合营销理论
- 3、 社会化行销理论
- 4、 新传媒精神
- 5、 大数据的理性营销
- 6、 赢家通吃迅速形成的垄断
- 7、 上帝死了，以用户为中心
- 8、 永远在线流量为王
- 9、 邀约C端反逼B端
- 10、 从BtB到OtO到CtB的扩展
- 11、 一对一定制必须感性
- 12、 基于地理位置的服务
- 13、 个性化时代人人成为终端
- 14、 以客户为中心真正落地
- 15、 碎片化，随时互动服务客户

第九讲：管理理论的互联网化

- 1、 人性化管理成为管理的核心
- 2、 自我管理成为主流，组织管理成为辅助
- 3、 团队绩效大于个人能力
- 4、 全员合伙人制度下的管理探索
- 5、 过程不便掌控的结果导向
- 6、 管理创新的互联网基因

(注：各类案例在讲课中呈现)