

企业数字化转型八大成长思维

课程背景：

随着移动互联网和数字技术的发展，企业借助数字化平台和数字化工具进行营销和管理，已经成为当前的主流。传统企业作为市场经济的主体，面临着向数字化转型的压力。对于传统企业来说，不触网等死，触网，找死。但传统企业要想活的好，活的久，数字化转型是企业数字经济时代存活下去的必经之路。

传统企业相对于互联网企业和数字化企业来说，差距和差异还是蛮大的。作为传统企业，如何拥抱互联网？如何制定数字化时代符合互联网特性的企业战略？如何找到企业的第二成长曲线？如何利用互联网技术和互联网手段提升企业的营销效果？如何构建企业由传统企业向互联网企业转型的组织能力？传统企业如何通过数字化手段提升运营和管理效率？

流量、用户、大数据、新零售、直播、数字化转型等各种业务模式，不断冲击着企业家的大脑，市场变化越来越快，销售越来越不好做，业绩提升越来越难，90后员工越来越不好管理。企业如何才能找到合适的目标群体，建立合适的营销模式，组建高效的组织团队，建立企业的护城河，成为企业家不断思考的难题。

开个天猫京东旗舰店是不是就是数字化转型了？

开发个小程序是不是就能激活微信的10亿用户了？

命令式的管理方式能不能感知到市场的变化？

新零售是企业未来的营销模式吗？

传统企业致胜数字化时代的组织模式是怎样的？

传统企业为了应对快速发展和不断变化的市场，需要对传统的管理模式和运营模式进行怎样的迭代升级，如何重构企业的发展基因，刷新企业的组织能力？

本课程以此为背景，站在企业经营者和管理者角度，深入分析互联网时代特征，剖析优秀企业的快速成长发展基因，提炼出传统企业数字化转型过程中的八大成长思维，助力传统企业的数字化转型，升级传统企业运营思维，决胜数字化时代。

课程收益：

- 帮助企业高层管理者建立传统企业数字化转型的思维模式框架；
- 了解传统企业数字化转型的达成路径；
- 通过案例分析，明确优秀企业的数字化运营模式；
- 深入理解和掌握企业数字化转型的操作流程及所需要的组织能力。

课程时间：1天，6小时/天

课程对象：企业董事长、总经理等高层管理者；企业老板等创业者。

课程方式：老师讲授+案例分析+情景模拟+分组讨论；通过现场互动和案例分享，剖析知名企业的数字化转型的八个核心思维操作，让学员掌握数字化转型方法论，明晰数字化转型的达成路径；

课程大纲

一、趋势篇：

1. 商业现象分析；
 开篇案例 1：大学周边的餐馆现象；
 开篇案例 2：日本外卖之王
2. 企业互联网运营思维

二、八大成长思维：

第 1 讲：聚焦思维

1. 了解聚焦思维的内涵
2. 案例分析：
 华为的聚焦战略--不在非战略机会点上消耗战略竞争力量；
 步步高的聚焦战略
3. 企业如何实现聚焦成长战略？
 找到企业的第二成长曲线

第 2 讲：爆品思维

1. 什么是爆品思维？
2. 案例分析：
 苹果、小米的爆品策略
3. 爆品思维的应用：极致、简约、迭代；

第 3 讲：用户思维

1. 用户思维的是互联网时代的核心思维
2. 用户思维四个特征
3. 案例分析：
 海尔的用户产品众创；
 三只松鼠、海底捞、胖东来的极致用户体验；
4. 用户运营的 4 个能力

第 4 讲：价值跃迁思维

1. 企业价值跃迁的三个维度
2. 案例分析：
 易捷咖啡的价值跃迁
 会员卡的价值跃迁
 《囧妈》的价值跃迁模式
3. 如何实现企业的价值跃迁；

第5讲：社会化思维

1. 社会化思维与用户零距离
2. 社会化思维实现产品共创
3. 如何搭建社会化营销矩阵
4. 案例分析：
 - 海尔空调社会化共创；
 - 京东众筹、水滴筹；
 - 每日优鲜的社会化营销；

第6讲：智能化思维

1. 智能化思维的四个内容
2. 大数据推动企业智能化
3. 案例分析：
 - 海尔大数据营销；
 - 智能交通提升交通效率
 - 酷特智能的个性化定制

第7讲：新零售思维

1. 新零售的三大特征
2. 新零售三要素升级
3. 案例分析：
 - 盒马鲜生
 - 苏宁小店
 - E 酒柜新零售

第8讲：生态思维

1. 生态思维概念；
2. 生态思维操作的两个方面；
3. 案例分析：
 - 小米物联网生态布局
 - 海尔平台化生态布局
 - 微软与苹果的生态融合
 - 支付宝的生态布局；

三、企业数字化转型

1. 数字化转型的3个方面
2. 数字化转型的2个维度
3. 数字化转型的赋能组织建设
4. 案例分析：
 - 海尔的数字化转型路径

小结