

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