

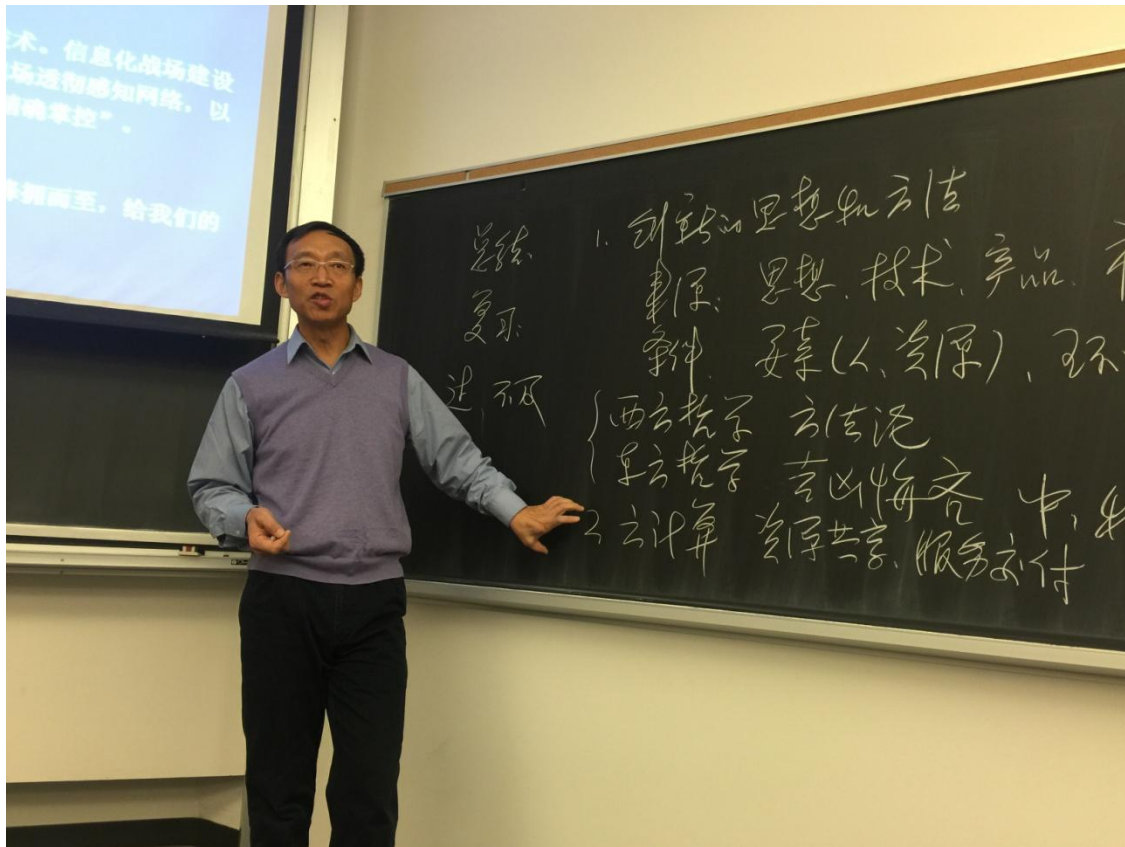
清华总裁学大数据云计算，借互联网生意腾飞！

2015年三月二十七 加中时报

清华国际工商管理总裁班的课程设置与时俱进。清华总裁班在加拿大的创始人林晓华博士看到互联网与物联网的大趋势，在清华本校的支持下，三月份的总裁班课程设置集中在信息技术与企业创新。具体课程包括大数据，云计算和电子商务。

杨扬细说大数据和云计算

杨扬老师和夫人同在法国留学，双双获得博士学位后回到祖国，赶上了中国的腾飞，也施展了他们的才华。在北京科技大学担任博士导师的杨老师应邀来到加拿大，为多伦多的总裁班学员介绍以公共信息基础设施互联网为依托的“智慧城市”。通过互联网与物联网融合而达到有效地识别、整合、管理和控制各种信息。同时建设实时感知、高效传输、精确定位和信息共享的信息化战场也需要以大容量、高速率、安全稳定的公共信息基础设施。



数据、技术与思维三足鼎立

杨扬老师讲到在 web 2.0 的时代，人们从信息的被动接受者变成了主动创造者。大数据时代带来的是我们思维的变革。信息更多，不是随机样本，而是全体数据；更杂，不是精确性，而是混杂性；更好，不是因果关系，而是相互关系。大数据时代的商业变革数据化。一切皆可“量化”；取之不尽，用之不竭的数据创新。大数据时代的管理变革有风险，让数据主宰一切的隐忧，让信息管理有自由也有责任。然而大数据的作用是具有变革经济的力量。消费者是价值的意义所在。有意义的才有价值，消费者不认同，就卖不出去，就实现不了价值；只有消费者认同的，才卖得出去，才实现得了价值。热数据帮助我们从小消费者这个源头识别意义，从而帮助生产者实现价值。这就是启动内需的原理。

随着具有语义网特征的数据基础设施和数据资源发展起来，组织的变革就越来越显得不可避免。大数据将推动网络结构产生无组织的组织力量。企业用以分析的数据越全面，分析的结果就越接近于真实。大数据分析意味着企业能够从这些新的数据中获取新的洞察力，并将其与已知业务的各个细节相融合。大数据应用在于精准营销，业务拓展，客户服务，风险控制及品牌建设。大数据时代，信息传播的方式、渠道、内容和速度都是前所未有的。传统上依赖信息不对称的品牌营销都将无所适从。大胆尝试、不断把搜索引擎的营销，社会化网络的营销，网络视频互动的营销、即时通讯的营销、论坛营销和微博营销等应用到品牌建设当中和品牌的传播上。杨老师举例：2011年4月，光大银行通过其官方微博发起了“95595 酒窝哦酒窝——光大电子银行酒窝传递活动”，向网民征集酒窝照片，并由参与者向好友进行传递，征集的照片会组成一个笑容墙展示，一个月的时间里超过740000人参与了活动，使得光大银行的客服电话号码一夜走红。

Oliver Gu and Mary Wang 主讲电子商务互联网

Oliver Gu 和 Mary Wang 两位老师拥有 4 个美国硕士学位，近 20 年的北美商业经验，及电子商务互联网营销的教学和咨询服务。



在为期三周的强化培训中，Oliver 老师首先介绍了北美和中国电子商务互联网营销的趋势，然后向大家详细讲述了他们根据多年教学和实践经验总结的 WELCOME 互联网营销系统，以及如何将它运用于不同的生意中。

Mary 老师向学员们讲解了网站常见的 7 大错误：1) 网站缺乏有针对性的目标用户；2) 网页没有醒目的标题；3) 没有强调产品的价值；4) 没有收集访客的联系方式；5) 网页没有要求访客立即采取行动；6) 网站没有或缺乏足够客户见证 7) 没有进行搜索引擎和社交媒体优化。



在互联网时代的激烈竞争中，个人和企业品牌信誉的建立离不开一个有实力的网站，线下广告和线上广告更离不开网站。很多华商没有网站或者网站只是个摆设，没有发挥出网站的营销威力。由于没有有效的网站，他们每年在报纸和横幅广告上浪费了大量金钱。

清华国际商业管理总裁班的学员来自金融，保险，地产和保健等各行各业，Oliver 和 Mary 老师仔细分析了每个学员的网站，并且提出改进意见，他们的精彩点评让学员们受益匪浅。

原来大家觉得电子商务，互联网营销就象一个谜团，剪不断理还乱，信息量庞大，无从下手。Oliver 和 Mary 老师的 WELCOME 互联网营销系统给学员们带来福音，这个系统包括一个高效优化的网站，利用着陆页和付费广告快速收集潜在客户名单，以电子邮件，电话或社交媒体等手段跟进，运用文案技巧和令人无法抗拒的 offer 把潜在客户转化成付费

客户，强调多管齐下，多兵种多平台协调作战。这个系统简明扼要地提炼出互联网营销的核心，帮助学员们少走弯路，快出成绩。



课堂上学员们踊跃发言，气氛活跃。在课程结束之前，大家分享了心得体会，以及如何把 WELCOME 系统运用到自己的生意里。

利用互联网 “做优秀电商企业”

互联网在过去短短的 20 年开创了人类历史上的新纪元，已经成为我们生活中不可分割的一部分，不管是线上还是线下的公司生意，都离不开互联网营销。正如“现代营销学之父”菲利普·科特勒所说的，“不需要互联网的只是很小一部分人，而且往往是 80 岁以上的老人。如果你想赢得年轻人的话，一定要跟他们建立联系。”比尔盖茨和马云都曾说过，“21 世纪只有两种公司生意：电子商务或者无商可务！”毫无疑问，互联网给商

家和创业者提供了更大的平台，更多的机会，然而如何有效地利用这个强大的平台一直是困扰着商家和创业者的难题。

同学们在微信群中热情分享学习感受。从事旅游业的一位同学写道：“我对计算机的认识以前只是一知半解，除了工作中常用的必须熟悉以外，对电脑的知识了解的很少，从心理也不愿意多学，连自己用的手机也迟迟不敢 update，生怕 update 以后自己熟悉的界面不见了。杨老师从哲学的角度讲了科学发展的历史，看样子我接受电子信息的过程也同样如此，不牺牲几次是无法进步的。电子商务，云计算，大数据，正在改变我们生活及经营生意的方式，我们以后的养老很可能会居住在老人智慧城市，我很想多多学习电商知，在旅游行业中做个优秀的电商企业！”

我们期待着清华总裁班的学员把电子商务课程所学的策略运用于自己的生意中，利用互联网平台，不受时间和空间的限制拓展自己的生意。

