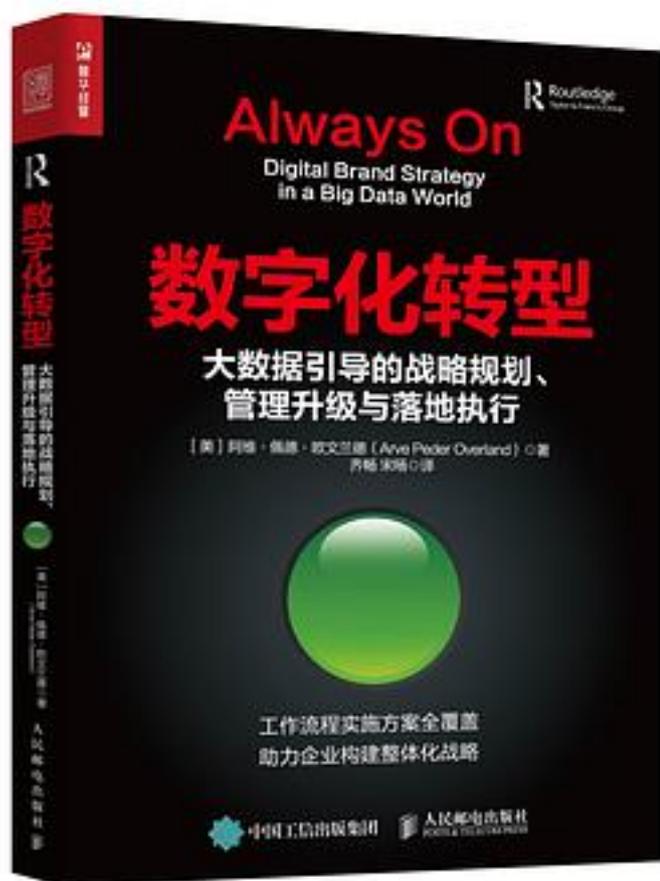


数字化转型：大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行



[数字化转型：大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行_下载链接1](#)

著者:[美]阿维·佩德·欧文兰德(Arve Peder Overland)

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2019-12

装帧:

isbn:9787115517067

自从大数据成为企业标准化决策框架的关键要素以来，数字化战略管理在企业发展中的

地位就变得越来越重要。在当今的网络市场中，企业一定要确保对数字化系统平台的管理和规划能够让自己“永远在线”。

本书详细阐述了在互联网环境下企业制定、执行和运营网络品牌战略，实现数字化转型的相关内容，并提出了“永远在线”的概念。作者分析了大数据时代企业存在的常见问题，阐述了大数据在数字化变革中所起的作用，指导企业借鉴商业案例推进数字化转型，并对数字化战略的启动和推进给出了建议。

作者简介:

自20世纪90年代中期开始，作者阿维·佩德·欧文兰德就站在了数字化市场营销研究的前沿。他主要在美国开拓事业，领导了一个数字化机构，为世界领先的企业和品牌提供咨询服务。

阿维曾经在全球最大传媒集团WPP旗下的成员企业Hill Knowlton Strategies欧洲部供职，担任数字化实践总监一职。之后，他作为合作伙伴加入了一家专门从事客户沟通的咨询管理公司id.mngmnt，领衔数字化咨询实践，专注为客户量身定制成果导向型的数字化战略，同时通过开发企业管理实践来帮助客户降低风险并监控绩效水平。

目录: 目录

引言 永远在线 // 1

第1章 企业数字化转型面临的问题 // 7

1.1 数字化变革中的挑战 // 9

1.2 网站建设 // 13

1.3 为什么我们离不开社交媒体 // 21

1.4 客户会永远忠诚吗 // 31

1.5 如何开展网络营销 // 37

1.6 破解大数据误区 // 41

1.7 解决问题永远不要浅尝辄止 // 52

2

数字化转型

大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行

第2章 运用项目试点推进企业数字化转型 // 57

2.1 了解需求 // 59

2.2 为今天做准备，为变革做准备 // 64

第3章 品牌定位与价值主张 // 75

3.1 品牌与数字化战略协同共生 // 77

3.2 品牌定位和价值主张 // 82

3.3 基于客户体验讨论品牌形象 // 90

3.4 品牌推广 // 94

第4章 数字化战略的开发 // 99

4.1 数字化战略及其开发路径 // 101

4.2 研究、事实和分析 // 106

4.3 穿透大数据直击问题全貌 // 127

4.4 战略规划、活动策划和软件支持 // 130

第5章 数字化战略的实施 // 137

5.1 确立目标：利益相关方及其诉求 // 139

5.2 数字化生态系统 // 145

5.3 真实评价人力资源和系统建设水平 // 150

5.4 有效沟通和管理变革 // 157

3

目录

- 5.5 战略实施和战术路线 // 163
- 第6章 数字化战略的管理 // 169
- 6.1 管理数字化项目和系统 // 171
- 6.2 绩效评估的重要性 // 173
- 6.3 培训教育、行为指南、责任划分、任务时间表、账户信息和密码保存 // 180
- 6.4 持续沟通 // 187
- 6.5 系统和声誉风险管理 // 190
- 6.6 如何取得、培养、提高并检验竞争优势 // 193
- 6.7 构建良好的合作伙伴关系 // 196
- 6.8 数字化管理的法律法规问题 // 201
- 后记 // 207
- • • • • [\(收起\)](#)

[数字化转型：大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行_下载链接1](#)

标签

数字化转型

评论

[数字化转型：大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行_下载链接1](#)

书评

[数字化转型：大数据引导的战略规划、管理升级与落地执行_下载链接1](#)