



编者按 近日,中国企业500强互联网影响力在京发布。从评估结果看,前20强企业集中在金融、电信等服务业,而传统行业的互联网影响力较弱,失衡现象较为突出。这意味着多数企业还未充分做好互联网转型准备。当下,随着工业化与信息化日趋深度融合,对于传统企业来说,在目前市场转型、经济转型、行业转型的大背景下,抓住机遇,利用互联网,推动行业的合作与创新,才能实现企业的智慧成长。

传统企业转型电商所面临的问题



问题1: 模式不清

中国的电商经过了10年的黄金发展期已经衍生出了多种商业模式,从最初的B2B、B2C、C2C到时下最热门的O2O,每种模式之下又有多种不同的玩法,对没有电商从业经验的传统企业来说,选择最适合的电商模式是他们转型电商时遇到的第一个难题,传统企业转型电商的过程中往往会陷入“不做电商是等死,而做电商是找死”的怪圈。

【对策】:传统企业必须充分考虑自身的优劣,并坚决的推进全面电商化,而不仅仅是组建一个电商部门来主导企业电商化。例如,对某些行业来说,随着80后、90后成为产品的主力消费群,传统的B2B和B2C已经不能完全满足他们重视个性化和消费体验的需求,线上+线下的O2O模式就成为行业电商的主流模式。

问题2: 技术瓶颈

传统企业转型电商需要完成包括前端商城建站和后台系统搭建等工作,而传统企业缺少专业的IT人员,因此必须招聘大量专业技术人员,技术瓶颈制约着传统企业转型电商的脚步。

【对策】:让专业的电商服务机构帮助传统企业完全解决技术问题,有些专业的提供商能帮助传统企业一站式完成前端建站、后台搭建、ERP系统对接等工作,传统企业只需一个账号即可拥有整套电商系统,从而可以完全专注于电商平台的运营。

问题3: 资金有限

不少传统企业认为转型电商需要大量的资金投入,包括架设服务器等硬件设备,招聘大量设计和程序员,不断追加网站引流等。众多中小企业自认为难以负荷这样的投入规模,因此放弃了电商转型。

【对策】:传统的电商模式对资金的需求的确比较高,而SaaS电商模式并不存在这样的问题。SaaS模式下,企业电商平台使用云端服务器,无需架设服务器等硬件投入,同时,传统企业并不用招聘大量技术人员,将人力成本降至最低。信息来源:《千米云销:如何解决传统企业转型电商的三大难题》

三步实现智慧转型

近年来,互联网产业总体经济规模增长迅速,对实体经济的拉动作用明显。传统企业借助互联网开展网络营销、在线客服等业务,在线业务成为企业新的发展模式和利润增长点。

中国互联网协会预计,到2020年,我国电子商务交易规模将逼近50万亿,有望成为全球第一大电子商务交易市场。其中,网络零售交易额将超10万亿,占社会零售总额比重达到16.3%。

传统企业的互联网转型主要分为三个阶段:

第一步:营销的互联网化

充分利用网络的力量进行营销,从传播层面互联网化,到渠道层面互联网化,要构建互联网营销体系和增值服务体系,包括利用社

会化媒体成为营销新利器等。

第二步:产品的互联网化

不论是企业产品还是企业服务,必须在网络上树立成功的品牌形象,准确定位以用户为中心的价值观和新的商业模式,建立新的价值体系,延长价值链,包括供应链层面的互联网化。

第三步:整体运营的互联网化

要把握企业运营的平台化、社会化、移动化、电商化、国际化五化发展趋势,从产品服务到应用服务,从被动服务到主动分享,从单一生产到共



同创造,更加注重用户体验,让消费者参与到产品设计和研发环节,用互联网思维重新架构企业运营。

企业需要用开放、平等、跨界、融合的心态积极面对互联网。传统企业要抓住机遇,利用互联网,鼓励跨行业的合作和创新,鼓励管理者的大胆尝试和创新,企业才能做到把握机遇,智慧成长。 摘编自《中国工业新闻网》

转型升级案例

海尔:平台型企业突围“互联网+”



海尔对“互联网+”表现得颇高调,先是在上海家博会上首发其智慧生活战略和工业4.0战略,又在德国汉诺威展上展示了向互联网转型的最新成果,引发了整个家电行业以及关注传统制造业企业转型的各界人士的关注。

【方向:智慧家庭】

海尔U+智慧生活生态首次对全球亮相。海尔推出了智慧生活APP,这是首个以家庭为中心的智慧生活APP,开创了用户与产品智能交互为

特点的人机交互模式。把电器变成网器,把产品变成智慧生活解决方案。以智慧美食生态圈为例,博观智慧窗冰箱、固态酒柜和微酒酷等均是具备“互联网+”属性的网器新品,人们可以通过手机查看冰箱里的食物以及食品的保质期,下载养生食谱,甚至通过手机在1号店下单采购食品。

【支撑:互联工厂】

互联工厂生产的产品,40%已是用户定制。在企业外部,“互联网+”战略的落点是打造智慧家庭;在内部,“互联网+”战略的落点是互联工厂。定制、互联加可视是互联工厂的三个基本特征。标准化、模块化、精益化、数字化、自动化、智能化是互联工厂得以建成的技术路线。其中,模块化和标准化是必要条件,因为海尔互联工厂

要以海尔“U+智慧生活开放平台”为核心,借助用户交互定制平台和模块商资源平台,构建起一张动态抓取用户需求、并快速整合全球最优资源的强大网络,将碎片化、个性化的用户需求与智能化、透明化的制造体系高效对接,不断迭代更新产品,满足用户个性化需求。”

【保障:组织创新】

企业小微化,“创客”登台,科层退场。企业小微化保障海尔“准确反映用户需求”。截至今年2月,海尔共组建小微企业212个。这些小微原是洗衣机的不同部门,现在每一个都是独立核算的市场实体——海尔集团对小微企业让渡三权:经营权、用人权、分配权。作为回报,小微企业开发出新产品,海尔都占有一定股份。以小微企业为平台,每名员工都是创客,直面市场风云。由此,海尔由原来的科层管理,改为扁平化管理。海尔充当了风险投资人的角色。