**用户、产品、服务、传播。**

**（一）互联网思维包括哪些**：

1、用户思维：要在价值链各个环节中都要“以用户为中心”去考虑问题。

2、简约思维：互联网时代，信息爆炸，用户的耐心越来越不足，所以，必须在短时间内抓住他，大道至简，越简单的东西越容易传播。

3、极致思维：极致思维，就是把产品、服务和用户体验做到极致，超越用户预期。

4、迭代思维：“敏捷开发”是互联网产品开发的典型方法论，是一种以人为核心、迭代、循序渐进的开发方法，允许有所不足，不断试错，在持续迭代中完善产品。

5、流量思维：流量意味着体量，体量意味着分量。“目光聚集之处，金钱必将追随”，流量即金钱。

6、社会化思维：社会化商业的核心是网，公司面对的客户以网的形式存在，这将改变企业生产、销售、营销等整个形态。

7、大数据思维：大数据思维，是指对大数据的认识，对企业资产、关键竞争要素的理解。

8、平台思维：互联网的平台思维就是开放、共享、共赢的思维。平台模式最有可能成就产业巨头。全球最大的100家企业里，有60家企业的主要收入来自平台商业模式，包括苹果、谷歌等。

9、跨界思维：随着互联网和新科技的发展，很多产业的边界变得模糊，互联网企业的触角已无孔不入，(如)零售、图书、金融、电信、娱乐、交通、媒体等等。

**（二）什么是互联网思维：**

1.从做重到做轻

从强调功能到强调用户体验

从pc时代的重功能思维，追求大而全的功能（用用office就明白），转变为重用户体验，聚焦用户最关切的核心功能，使产品变得简洁易用

实现途径：快速迭代，不断试错，永远都在beta版

没人知道用户真正想要的，只有快速、不断的尝试才能验证想法

2.从掌控到协作

PC时代是一个人完成一件事情，转变为互联网时代大家协作一起完成一件事情，发挥群体智慧

3.闭环 / 生态系统

任何一个小的产品都是一个闭环或生态系统，要考虑每个/每类用户在当中发挥的作用、价值、利益和收获，即每个人都贡献，同时也获得回报

4.UGC（用户创造内容）

让用户参与，帮助用户实现自我价值，然后才能实现产品的价值

5.SNS（社交网络）

最直接、持久、有效的激励用户的方法就是用户互相激励，即人与人的互动