

《连锁型企业成就霸业的“五力”模型》

万新立老师

【课程背景】

在当今竞争激烈的市场中，广大连锁企业要想获得持续性的胜出，必须依靠创新性、突破性的竞争方式而不能仅仅靠单一手段来获得市场。但往往由于企业行业竞争加剧，模式雷同，其结果是很多企业处于经营的瓶颈，自身增长乏力。为解决当下连锁企业的经营困境，大幅度提升企业的利润。本课程针对连锁企业核心竞争的“五力”要素，剖析旨在让企业走出“勤劳不赚钱，努力不发展”的困境！使企业抓住关键处，轻松获得高额且持久的利润，不论连锁企业在任何阶段皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业效益，达成公司的战略目标。

【课程收获】

- 运用工具分析卖点，解决将产品卖的多、卖的好，卖出高价
- 解决管理效益瓶颈问题如何彻底解决，打造“学习型组织”
- 解决企业发展方向不清，路径不明，风险高，让前途光明
- 解决企业品牌疲弱，美誉度知名度低下，让品牌快速突显
- 解决企业赚钱能力弱，利润单一且底下，让赚钱不再困难

【课程时长】 1—4 天

【课程对象】 董事长、股东、总裁、总经理、执行副总、运营总监等高管

【课程大纲】

一、前言：连锁企业转型根源障碍是什么？

- 1、“李宁”“静雅”转型之路的悲与喜
- 2、连锁企业转型四大固化
 - 产品固化：产品特点就是卖点？
 - 利润固化：卖产品就是唯一利润来源？
 - 品牌固化：打造金品就是做品牌？
 - 组织固化：组织效率靠机制还是人性？
- 3、中国连锁企业未来出路之思考

二、连锁企业成就霸业的哪几个“五力”？

- 1、企业成就霸业的三大思维
 - 舍得思维—新疆康隆农业崛起的核心
 - 长板思维—“土房子”鱼锅的火爆秘籍
 - 冲突思维—真功夫 PK 洋快餐的思考
- 2、连锁企业霸业五大要素—“霸业五力”谱系图
- 3、连锁企业霸业的七大标准

三、霸业五力之产品力—你应该卖给客户

什么？

- 1、产品力打造之五大步骤
 - 深圳永和快餐大王产品力
- 2、产品力要素之寻找目标客户分析表
 - 联通布友 50 到 500 家扩张之路
- 3、产品力要素之产品卖点塑造
 - 工具之客户价值曲线分析图
- 4、产品组合之象限分布图
 - “外婆家”“三元钱豆腐”引客之道

四、霸业五力之标杆力—如何从“我学人”到“人学我”？

- 1、标杆管理在连锁企业的价值
 - 巴奴毛肚之标杆海底捞
 - 小肥羊之标杆东来顺
 - 大董烤鸭之标杆全聚德
- 2、标杆管理认知的六大误区
- 3、连锁型企业做标杆四步
 - 立标——发动全员找问题

- 对标——自我纠偏定方案
- 达标——自我完善抓落实
- 创标——自我提升重创新

五、霸业五力之发展力—你是谁，未来会成为谁？

1、企业定位“三个一”标准

- 佳和时代连锁服饰独到的定位

2、企业定位四象限之 SOWT 工具

- 星巴克做大之 SOWT 分析

3、企业未来之三层业务（管理链）工具

- 大梅沙乳鸽王之打造深圳餐饮名片

六、霸业五力之品牌力—如何让你扬名在外？

1、品牌定位四步曲

- 旺顺阁 & 阿五品牌较量

2、品牌建设之七要素

- 老碗会品牌建设路径

3、品牌价值表达—让品牌“性感”起来

- “汇仁肾宝” & “御从蓉”成败反思

七、霸业五力之赚钱力—怎样让你不再赚“辛苦钱”？

1、赚钱三个境界

- 赚钱之利润象限分布图
- 靠铺外卖“9.9 元”烤肉饭到底赚什么？

2、赚钱的四大法则

- “一号站”超市商业帝国的崛起

3、赚钱核心之商业模式的创新

- 公益自行车的商业经

八、总结对话—敢问路在何方？