

《战略盈利模式》

用战略拥抱利润

主讲人：齐磊老师

【课程收益】

- 帮助学员掌握系统、先进、实用的管理技巧和沟通技能
- 启发学员触类旁通，在管理实践中知行合一，在日常工作中艺术性应用所学的技能
- 站在企业变革必须的角度，帮助参训人员更新营销理念，转变思维模式，统一思想

【课程大纲】

第一讲：什么是战略？你可能遭遇了假战略？

一、关于战略的两个误区

- 大公司才做战略
- 战略是老板的事情

二、案例：北极熊与爱斯基摩人的故事

三、中国民营企业在战略方面的普遍问题

- 无战略，走一步看一步
- 有战略，不清晰
- 有战略也清晰，只有老板一个人知道

四、什么是战略，什么不是战略

- 与市场规律违背的不是战略
- 与客户价值违背的不是战略
- 以个人能力取胜的不是战略

五、战略是罗盘，是地图，是“道理”

六、盈利模式：把什么产品，通过什么方式，卖给谁；

七、企业发展中的四个阶段的判断标准

第二讲：凭什么凝聚人心？

一、企业管理是一个系统，管理不是靠“点子”

二、案例：NOKIA 的发展

三、制定战略的思维

1. 敬畏规律，尊重科学
2. 站在未来的角度看现在
3. 头脑风暴
4. 从远到近，由虚到实

四、“我有一个梦想”训练

五、企业愿景的维度和标准

六、企业愿景的类型

七、企业愿景制定训练

八、使命的维度、标准、训练

九、价值观的制定原则与方法

十、战略目标的 5 大关键指标

十一、战略目标的上下限标准

第三讲：凭什么安排今天、明天、后天的业务？

一、案例 Motorola、P & G、杜邦业务分析

二、企业三层业务链讲解

三、三层业务链的特点及对应方式

1. 三层业务链需要不同的人
2. 三层业务链需要不同的计划管理
3. 三层业务链需要不同的业绩管理

四、三层区域链、三层客户链

五、三层业务链现场演练

六战略“内功”总结

第四讲：企业凭什么取胜？

一、正确理解比较竞争优势与核心竞争力

二、战争思维与价值思维的特点

三、案例 Motorola、P & G、中国移动的产品定位

四、客户细分的标准与方法

五、独特客户价值曲线分析

六、寻找独特客户价值训练

七、通过产品、客户、区域三维聚焦获取竞争优势

第五讲：凭什么获得持续增长？

一、核心竞争力的关键：低标准、严要求

1. 工业化：批量
2. 标准化：简单化
3. 流程化：节点

二、经营企业的核心关键：“不死”才是硬道

理

三、企业持续的源泉：在客户心中留下“不死”的基因

四、案例分析：百事可乐、芭比娃娃、茅台酒

五、核心竞争力本质：为客户提供“独特价值”的卓越执行力

六、战略规划纲要制定与 **PK**

七、战略总结