

《商业模式创新实战》课程大纲

一、课程起源：

如今，我们已经处于大竞争时代！

信息空前爆炸，人们获取各种资讯的途径多、速度快！无论是企业，还是个人，找到满足自身需求的产品或者服务已经非常容易和便捷。同时，随着互联网、实时通讯技术的发展，这种趋势更加明显和难以想象！

面对市场品类爆炸、信息泛滥以及竞争的不断升级，过去的营销理念及企业经营理念已经或者正在被淘汰！企业的产品、服务、资源将更加容易被暴露和模仿，你原来所拥有的一切优势（如产品、服务、营销手段、管理手段，等等……）可能将不复存在，你所面临的竞争已经或者将会非常激烈甚至惨烈！

企业无时无刻不是在逆水行舟，不进则退！

——互联网与传统企业融合之道，互联网时代企业变革之路——
——如何构建开放战略，如何创新商业模式——
——如何进行资本运营，如何实现逆势增长——

- 什么是最完美的商业模式
- 如何找到定位满足客户需求的方式和方法
- 如何为企业的商业模式做定期评估

二、课程起源：

在这种大竞争背景之下，企业唯有不断进行使命创新、战略创新、营销理念及模式创新以及销售渠道创新，同时以竞争致胜为导向，全员营销为落脚点，才有可能获得良好的生存与发展，并确保未来致胜、基业长青！

为帮助广大企业理清思路，转变观念，强化核心竞争力并提升综合竞争能力，我们特邀企业管理培训资深专家、中国高端管理培训的最早实践者陈宝光老师，结合自身近 20 年企业经营与培训、咨询经验，并汲取众多营销专家思想精髓，全新打造《商业模式创新实战》课程，通过课程实战案例分享传统企业如何转型升级；

从思维转型到战略转型、组织、营销转型、再到文化转型；帮助企业家把握转型的关键点、关键步骤、关键环节、完成互联网转型的系统思考。最大限度激发企业群体智慧，直接演练、直接应用、及时落地，帮你重塑企业价值！

三、培训对象

高层管理者、企业总裁；战略制订、管理、执行人员；营销总监、经理；核心经营、管理人员；渠道规划、开发、管理人员

四、课程目的

- ▣ 了解商业模式创新与变革的基本思路、步骤、方法
- ▣ 掌握组织流程的系统优化方法
- ▣ 掌握企业特色管理体系的建构方法
- ▣ 全面了解提高运营效率的各种管理模式
- ▣ 帮助企业管理者、技术人员、营销人员从商业模式的角度审视企业核心竞争力。
- ▣ 通过商业模式的重新设计、重新认知使企业更好的利用自有资源和外部环境，从而赢得竞争优势。
- ▣ 帮助学员提升跨界学习的能力，学会用商业模式和创新方法去研究竞争对手的成功之道。
- ▣ 透彻掌握创新方法，用于工作、生活效率的提升。
- ▣ 课程收益五个层面：
 - 价值能显著性被叠加；
 - 需求能爆发性增长；
 - 现金流能准确地被观察；

- 成本破坏性降低；
- 优势能系统性锁定。

五、课程大纲

第一单元、商业模式的力量

- (一) 什么是商业模式
- (二) 商业模式的要素
- (三) 为何要进行商业模式创新
 - 突破自我
 - 突破客户限制
 - 突破行业限制

第二单元、透析商业模式

- 商业模式原理
- 商业模式要素
- 商业模式构建的核心本质是什么？
- 商业模式在企业战略中的地位是什么？

第三单元、商业模式设计七种武器

(一) 商业模式诊断及标杆跟踪

- 商业模式“C-P-S”三维诊断体系：
- 客户价值（客户需求、价值主张、价值比较）；
- 业务结构（价值获取、战略定价、赢利能力）；
- 核心资源（人力资源、财务资源、信息资源）

(二) 精准客户定位，挖掘隐性需求

(三) 盈利倍增

(四) 降低成本

(五) 自我复制

(六) 控制力与定价权

(七) 系统性价值链构建

第四单元、商业模式创新八步法及案例分享

(一) 现有商业模式梳理与诊断：客户价值、赢利模型、战略控制

(二) 分析与洞察：商业模式创新的路径（重构客户边界、重构需求边界、重构产业边界、重构企业边界）

(三) 明确价值主张：目标客户、核心价值

- (四) 制定战略定位：市场定位、业务定位、价值定位
- (五) 设计赢利模型：收入来源、收入方式、成本结构
- (六) 建立战略控制：战略控制手段、关键资源与能力
- (七) 构建价值网络：定义业务、关键业务、重要合作
- (八) 商业模式实施：营销、运营、资本、组织

第五单元、商业模式与资本运作

- ▣ 三大效率比拼
- ▣ 商业模式的资本价值

第六单元、什么是互联网思维

- ▣ 用户思维 **VS** 客户思维
- ▣ 迭代思维 **VS** 成品思维
- ▣ 大数据思维 **VS** 经验思维
- ▣ 平台思维 **VS** 自营思维/雇佣思维
- ▣ 跨界思维 **VS** 竞争思维

第七单元、商业模式创新的思路与举措

- ▣ 商业模式创新的基本思路

▣ 商业模式创新的具体举措

1、O2O 系统规划

案例：苏宁、汇通达

2、开辟电子商务

案例：聚美优品

3、用户经营

案例：小米手机“从米粉中来、到米粉中去”

4、产品创新

案例：小米的产品创新

5、大数据应用

案例：朝阳大悦城的大数据应用

6、管理平台化

内部平台化案例：海尔的倒三角结构、韩都衣舍的单品运营体系

外部平台化案例：苹果、淘宝的生态系统

第八单元、企业家的思维升级

▣ 思维比工具更重要

▣ 选择比努力更重要