

互联网时代下的商业模式创新

主讲：黄宏老师

一、学员收益

- ✦ 了解新常态下企业商业模式创新的趋势
- ✦ 掌握商业模式创新的策略及工具
- ✦ 掌握顾客需求分析的方法
- ✦ 掌握企业赢利点创新的规律及策略
- ✦ 系统掌握自主创新设计体系

二、适用范围

总裁/总经理、营销总经理等企业中高级管理人员

三、课程大纲

一、新常态、新经济下的企业创新新方向

- ✦ 新环境、新常态、新的消费构成特性都深深影响着企业的经营行为，传统的商业思维及模式已经很难有效的解决新的企业困境，在这样的背景下，我们未来的新方向在哪里，到底决定我们企业成功的关键是什么？
 - 1、 当下问题：产品趋同化、市场竞争白热化
 - ✓ 现状列举；案例简析；商业模式的秘密及现状？
 - 2、 直面挑战：如何在一片红海中突出重围
 - ✓ 购买者有何不同？全面厮杀中的颠覆者！传统模式的成长不足！
 - 3、 思维障碍：传统经验下的思维设限及从众枷锁
 - ✓ 传统企业如何模式创新；三精和升案例分析。
 - 4、 解决方法：用创新的思维及工具找到突破口
 - ✓ 八种创新思维的视角；商业模式创新的十二个支点工具。
 - 5、 结果呈现：从创新的角度养成解决问题的习惯
 - ✓ 创新思维模式口诀；经营模式轻松突破的六大杠杆。

二、新常态、新经济下的企业模式创新策略

- ✦ 面对新问题和营销注重结果的前提下，对企业经营的各个环节进行深刻分析，充分了解经营中的关键要素与企业之间的关系，洞察企业经营行为背后的本源，找到属于你自己的商业新模式！
 - 1、 创新核心：基于客户需求的分析设计
 - ✓ 八大需求创新路径；五步需求挖掘分析工具。
 - 2、 创新策略：新远交近攻与软实力创新
 - ✓ 推广新客户+巩固老客户；客户参与系统建设。
 - 3、 产品创新：创新让产品焕发新的活力
 - ✓ 产品创新的思维与原则；如何激活产品魅力。
 - 4、 传播创新：如何让营销传播更有效力
 - ✓ 4G时代全息传播；信息噪音时代的突围之战。
 - 5、 促销创新：用促销快速有效激活市场
 - ✓ 互惠、互动、共享促销；促销中的消费心理战。

三、新常态、新经济下的企业整合联盟模式

✦ 新经济下，企业必须以客户需求为核心，针对客户的核心需求展开立体全景式的设计，选择市场中的有效资源进行巧妙匹配，协调和调用一切资源使企业价值最大化，以整合的方式完成企业经营布局！

- 1、 跨界模式：赢利点转移的商业模式设计
✓ 航空航天产业的关键程序与探索；陶瓷基地的整合联盟思考。
- 2、 借力模式：巧借隐形资源打通企业发展瓶颈
✓ 2500年前的经典启示；核心资源的价值挖掘。
- 3、 分摊模式：企业经营中剩余价值分摊与合并
✓ 千万游艇的价值思考；电力120的成功之道。
- 4、 共享模式：基于十种共享的商业模式思考
✓ 十种有效的共享策略；天山红案例中的思考。
- 5、 系统模式：盘点和利用资源整合创新
✓ 内部资源与外部资源梳理；现场整合联盟设计。

四、课程总结、创新计划

✓ 将所有思考与创新点设计成简易的执行计划，以便落地实施！

备注：最终版本会根据具体课程做必要调整，以调整后为准。

四、教学方式

讲解、案例分析、规律总结、工具演示，启发式、互动式教学

五、课程时间

2天

六、课程主旨

在新常态、新经济下，消费者的心理与习惯不断的发生着变化，我们的商业模式和营销策略已不能停留在表面的“挖坑”层面，而是注重更深层的挖掘，倡导一种更深层次、更有力量的生态系统模式，以拓展更宽广的销售渠道，从客户出发，充分结合市场，聚焦于消费者需求，以创新的态度完成企业新常态的转变，使企业成为真正能为客户不断提供高附加值服务的缔造者，确定企业高水平的经营策略，树立品牌竞争优势，达到提高市场占有率和市场份额的目标。

七、老师观点

1、战略来自策略，策略来自市场，市场来自客户的需求，产品和服务只不过是满足客户需求的一种手段！

2、从来没有停止前进的行业，只有止步不前的企业，创新营销赢得未来！

3、市场在变，客户在变，需求也在变，我们唯一能做的就是不断设法寻找和满足客户的新需求，与客户建立长期有效的协同关系！

4、营销是企业的命门所在，企业除了销售其他的都是可以算作成本，营销创新能从根本上解决销售难做的困境！

5、中国正在快速发展成为创新型国家，企业要想在未来的黄金十年不被淘汰，唯有时效创新！

6、商界从来没有一个单打独斗的英雄，只有善于联合的智者不断创在这1+1大于111的神话！

-
- 7、做企业一定要学会创新思考，预知未来，并且要善于创新与设计未来！
 - 8、未来 10 年，要么创新，要么淘汰！竞争有时候就是这么任性！
 - 9、优质资源总是会在第一时间被创新者掠夺，谁先创新，谁就抢占了先机！