

《创新思维》《让创新落地的策略及应用》 课程大纲

课程收益：

通过本课程的学习如何创造爆款产品，让创新得以扩散，收获更广泛的商业价值；

经过学习并通过考试的学员既能掌握创新扩散的思考方法与工具，又能把移动互联网、产品开发、科技应用落实到银行的具体工作中。确保资源得到最充分的利用。

第一讲：新科技迅速迭代年代的创新

1. 创新往往停留在战略层面
2. 新时代的用户提出哪些新要求？
3. 传统的商业生存空间被挤压
4. 科技创新为什么不能有效在组织起到效果？
5. 案例研讨：如何跟得上新科技的发展

第二讲：如何做出性感的创新产品

1. 高频、刚需、痛点思维指导下互联网产品
2. 黑莓手机引爆商务人士的爆点
3. 新产品容易犯错：找错试用用户群
4. 案例：互联网爆款产品迭代
5. 以产品为中心到以用户为中心的转变
6. 案例研讨：网易云音乐的用户群体服务
7. 案例研讨：科技功能和竞争对手同质化后，如何做创新？

第三讲：创新项目落地，靠种子用户战略

1. 种子用户是新产品关键
2. 案例研讨：阿里巴巴的在行 APP 产品创新为什么失败？
3. 种子用户选择错误，不只引爆速度受影响
4. 产品创新就是让 idea 找到种子用户，找到合适土壤，长出来
5. 如何筛选出给定科技产品种子银行（精准、有效）
6. 案例解析：给定产品是如何有效推动创新

第四讲：指数级增长创新，收割创新

1. 大众传播渠道与人际传播渠道只有一步之遥
2. 场景思维在产品营销创新中应用
3. 社群思维及社群营销是未来金融科技创新标配
4. 引爆新用户的秘密—裂变
5. 设置病毒流行机制
6. 新产品在人群中扩散的规律
7. 连接思维，点燃社交关系链
8. 案例研讨：科技创新的障碍和解决之道