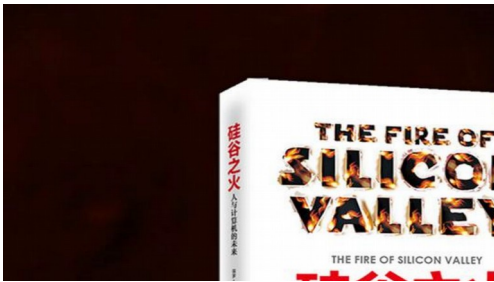


从伟大构想到 梦想实现战略管理之路

(二〇一八年版)

一、 课程背景与学习该课程的意义



我们相信：世界上每一位CEO、经理人和企业家都有着或曾经有过伟大的构想，有将产品做到极致的构想，有将企业做

到最大的构想，有将领域做到最专的构想等等。但凡有着这样追求的我们都将之称为伟大的构想。遗憾的是将这些伟大构想付诸行动实现并经得起岁月考验最终成为一家广受尊重的公司却凤毛麟角。那么问题在于我们曾经共同拥有的相似的伟大构想或初心为何结果却大相径庭呢？在广泛的样本选择跟踪研究的大量数据积累分析后发现没有两家公司的成功与失败是完全相似的，也没有一种铁律告诉我们是共同法则。应征了一句话“幸福的家庭看上去大都是相似的（仅仅相似哦），不幸的家庭则各有各的不幸”。即便如此，老师还是希望从中

找到一些有共性的值得借鉴的要素分享给每位立志于把伟大构想变为现实的企业家们。对一家公司来说战略担负起了公司经营之魂的角色。一个企业要做好做久做大做强，首先要解决的问题就是，我们想做什么，我们能做什么？我们怎么做？在回答这些问题的时候，需要考虑哪些要素？如何确认自己的优势，规避自己的劣势；如何进行差异化经营；如何打造核心竞争优势等等。而回答好这些问题也仅仅是完善了一个所谓正确的构想，即便这一构想在其他公司得以成功实现，而在你这依然可能夭折。那么问题出在哪里？本课程将从一个构想开始到将构想转换成公司战略规划，将规划转换成阶段性目标，而为了实现这些阶段性目标又该采取什么样组织战略进行任务分解落实，并将分解的目标落实到每个人身上，并可衡量业绩，对业绩考核对工作评估等等全方位展示从构想到现实的管理之路。让我们能透过现象去洞察那些昙花一现和基业长青公司之间的本质差距。

二、课程特色及学员收获

- 1、理论性：成熟的学科知识一定是基于在理论上的丰富与成熟，一定是基于该领域的研究者们多少年对事物本质的洞察分析、取样统计、专题研究、专项跟踪等方面

的付出与贡献，方可成就一家之说。正确理论无疑是对实践者来说最基本的信任、方法及用法的根本。任何后来者大凡有其成就的亦都是在前辈的基础上去创新的（当然也会有颠覆，但前者的基础依然是后者的参照）。老师在该领域的国际性与本土性相结合的广博知识功底是指导你学好该学科本领的基础。

2、实战性：老师曾在多家国际国内公司及政府组织工作，有丰富的企业管理经验，有多年管理和研究、咨询、培训经验。

3、实效性：老师亲手打造的成功企业真实而有用的案例在课堂上与学员分享，给学员启示，让你正真成为一个能上手术台的医师，而不仅仅是个没有临床经验的医学院学生。

4、实用性：多种方法和工具传授给学员，帮助学员很快掌握动手实操能力。

5、实惠性：课程带给企业和学员的价值，远远超过你的投入，你精彩的人生之旅同不朽的事业传奇也许就从此掀开了五彩缤纷的篇章。

三、老师资历及授课风格

1、美国弗吉尼亚大学 MBA，麦可睿管理咨询公司董事长兼 CEO，华科聚智管理咨询有限公司联合创始人，中国建筑科学院首席战略顾问，新加坡经济管理学院副院长，华中科技大学总裁教育项目部公司治理、公司战略与组织行为研究专家，清华大

学、武汉大学、中山大学、湖南大学、华中科技大学大学 EMBA 客座教授，多家上市公司独立董事。

2、高屋建瓴、落地生根、讲演结合、声情并茂、风趣幽默。

3、案例丰富，理论指导，部分案例现场实操。

4、思路清晰，逻辑严谨，理论夯实，案例精彩。对学员始终贯彻学习的十六字方针“博览古今、学致中西、团结紧张、严肃活泼”。

四、标准课时

两天，12 小时

五、学员对象及适合场景

对象：一、中大型公司董事长、总经理、中层及中层以上管理人员；

二、小企业合伙创始人；投资性机构人员及政府分管经济工作领导。

场景：一、高校 EMBA、总裁班及高管培训班；

二、中大型企业中高层管理人员内训及年会专题培训；

三、政府、高校、企业及社会商协会组织举办的主题论坛。

六、课程大纲

第一讲、序（发现梦想）

（一）关于梦想与构想

(二) 伟大梦想与基业长期

(三) 如何发掘你的梦想

(四) 如何让梦想照进现实

第二讲、战略思维

(一) 什么是战略思维

情景剧场：认识思维对决策的影响

(二) 认识战略思维的三个层面——技巧思维、战术思维、战略思维

案例解析：一、傍入豪门——蔡司镜片与保时捷车身广告

二、会娱乐更快乐——湖南卫视《我是歌手》的台前幕后

三、福特汽车的百年传奇

(三) 公司战略的两个层面——多元化公司战略与专业化公司战略

案例解析：必和必拓全球多元化、好想你枣中国专业化的战略差异

(四) 多元化公司战略管理的五要素

(五) 专业化公司战略管理的六要素

(六) 公司战略落实到经营管理中的三个层级分工——作业、经营、战略

模拟实操：从国家战略规划到推进的成功演绎

(七) 公司战略的五个特征

时政经典：大国崛起——从《邓小平理论》到《三个代表》

到《科学发展观》到《中国梦》

(八) 战略的思维模型——战略的思维过程

从战略定位到战略选择，从战略选择到战略行动

案例解析：殊途并不同归——湘鄂情与简朴寨的两重天

(九) 战略的管理模型——战略的管理过程

从战略分析到战略制订，从战略制订到战略实施

第三讲、战略分析

(一) 战略环境二元分析法则——外部环境分析与内部环境分析

(二) 外部环境分析四要素——政治、经济、社会、科技

案例演示：海尔的海外之路

(三) 内部环境分析三要素——有形资产、无形资产、整合资源能力

案例解析：食代双雄——“良品铺子”与“周黑鸭”的战略差异

(四) 战略管理的 SWOT 分析法

(五) 内部环境分析的多角度透视（从团队、产品、品牌、渠道、技术、价格、

社会资源、公司治理等等全方位审核）

沙盘模拟：一个公司、五年战略、六大业务如何从 6 亿营收做到 20 亿

第四讲、战略制订

（一） 六种常用的战略设计

案例集萃：十家公司、六大行业、六种战略实操实演战略的制订方法

（二） 战略制订的注意事项

（三） 战略规划与商业计划书的区别与编制

课堂实操：根据自身公司制订简要战略规划及商业计划书

第五讲、战略实施

（一） 从战略规划到运营实施的四个层级

（二） 从战略规划到运营管理的四大系统建设

沙盘模拟：四大系统建设——战略系统、组织系统、运营系统、保障系统

（三） 战略实施成功的关键——组织变革

历史启昭：商鞅变法——你能看到多远的过去就能看到远未来