

# 《商业模式解析》

**讲授专家：李勇**

**培训对象：**产品中心（总监、经理、主管）、运营中心管理人员、技术中心管理人员

**课程时间：**1天(6小时)

## 课程背景：

摩拜和 ofo 是怎么盈利的？亚马逊如何从低利润率转型到高利润率的公司？京东一直都没赚钱，怎么就能上市？美图这几年亏了几十亿，竟然还能香港上市？雀巢只是一家卖咖啡的公司么？星巴克的营销模式为什么那么凑效？360 免费模式到底是怎么做的？茑屋书店难道不是靠卖书赚钱吗？带着以上的疑问，他们的商业模式究竟是什么？商业画布不仅能提供灵活多变的计划，更可以满足用户需求。本课程将对以上问题进行详细解析。

## 课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解商业模式的概念
- ◇ 了解商业计划书的组成和逻辑

## 课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	商业模式概念	<ol style="list-style-type: none"><li>什么是商业模式<ol style="list-style-type: none"><li>案例：企业盈利的逻辑与方式</li><li>商业模式概念</li><li>商业定位</li></ol></li><li>商业模式的作用<ol style="list-style-type: none"><li>案例：模式改变，则红海变蓝海</li><li>商业模式的作用</li></ol></li><li>好的商业模式的五大特点</li><li>商业模式构建步骤</li></ol>
单元二	商业模式要素详解	<ol style="list-style-type: none"><li>价值主张<ol style="list-style-type: none"><li>案例：价值主张是商业模式的核心</li><li>价值主张要素分析</li></ol></li><li>客户细分<ol style="list-style-type: none"><li>案例：集中资源，让价值最大化</li><li>如何进行客户细分</li></ol></li><li>分销渠道<ol style="list-style-type: none"><li>案例：价值传递</li><li>如何进行渠道选择</li></ol></li><li>客户关系<ol style="list-style-type: none"><li>案例：消费者主权时代的客户价值</li><li>客户关系维系与发展模式</li></ol></li><li>关键业务</li></ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>1) 案例：关键业务并非主营业务</li> <li>2) 在全局下选择你的关键业务</li> <li>6. 核心资源 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 案例：从资源到经济价值转化</li> <li>2) 资源分配的四极法则</li> </ul> </li> <li>7. 重要合作 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 案例：商业生态圈</li> <li>2) 合作动机与关系类别</li> </ul> </li> <li>8. 成本结构 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 案例：成本驱动与价值驱动</li> <li>2) 产品与服务如何定价</li> </ul> </li> <li>9. 收入来源 <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 案例：利益相关者之间的交易结构</li> <li>2) 交易结构设计维度与商业模式创新</li> </ul> </li> </ul>
单元三	商业模式介绍	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 非绑定式商业模式</li> <li>2. 长尾式商业模式</li> <li>3. 多变平台式商业模式</li> <li>4. 免费商业模式</li> <li>5. 开放商业模式</li> </ul>
单元四	商业计划书如何撰写	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 确定商业定位</li> <li>2. 确定目标用户痛点和需求</li> <li>3. 解决方案与产品</li> <li>4. 市场规划</li> <li>5. 竞争对手解析</li> <li>6. 运营状况解析</li> <li>7. 未来规划</li> <li>8. 融资计划和财务预测</li> <li>9. 团队成员介绍</li> <li>10.其他注意事项</li> </ul>