

# 赢利模式---向产品创新要利润

## 课程背景:

5 公司每年花大力气参加的展会,为什么老客户在展位前只停留 5 分钟?为什么辛辛苦苦研发出来的新产品,销售额却很少?为什么我们研发的产品,到了市场上,客户总有很多意见?如何提高新产品开发的成功率?企业从市场上买来样品,照抄,这条路还走得通吗?如何进行新产品创新?有哪些有效方法?

## 课程收益:

10 企业产品创新的困境及形成的原因  
掌握客户需求的管理方法,将客户的有效需求反馈到产品研发中去,形成竞争力  
学习完之后,企业学会了这套产品创新的方法,避免走弯路,交学费.  
学习完整产品的概念,掌握寻求产品创意的方法  
学会完之后,在企业中会应用产品创新的流程,保证产品研发的质量  
将客户纳入到产品创新的体系中,保证产品研发方向的正确性,提高成功概率.改变闭门造车的产品研发局面.

## 15 学员对象:

企业董事长,总裁,总经理,副总经理,研发部经理,市场部经理,技术研发人员

## 授课方式:

讲师讲授+案例分析+角色扮演+情景模拟+实操演练

## 课程时间:

20 2 天, 6 小时/天

## 课程大纲

导引: 中国企业研发的现状

第一讲: 中国企业的研发之困

### 一. 企业的六大研发困境

25 1. 模式

2. 管理

3. 技术

4. 职能

案例分享

5.人才

6.个人英雄式

## 二.产品现在的创新模式

1.产品创新的 5 大模式

## 5 三.市场营销的 4P

### 第二讲:传统研发方式

#### 一. 三种研发方式

1.老板

2.销售

10 3.研发

案例分享

案例分享

案例分享

#### 二. 中国企业面临的挑战

### 15 第三讲:优秀企业的创新之道

1.国内企业的创新之道

2.国外企业的创新之道

案例分享

案例分享

### 20 第四讲:产品创新的方向

#### 一. 产品创新的四个方向

#### 二. 知名企业产品创新的案例分享

### 第五讲:寻找产品创意的源泉

1.客户需求的调研

25 案例分享

2.小组互动讨论

### 第六讲: 客户需求管理

1.客户需求十问

2.听的技巧

30 3.真正理解客户意图

4.客户需求收集的 12 种方法

5.深入了解客户需求的方法

## 第七讲:产品创新流程

### 一.完整产品的概念

- 5 1.产品的三大部分
- 2.完整产品的关键 2 个阶段
- 3.市场人员与研发人员的分工合作
- 4.完整产品的创意与概念测试
- 5.市场部门在产品创新中的地位
- 10 6.案例分享

### 二,产品创新的六个阶段

## 第八讲:产品需求管理

- 1.需求管理的 5 个阶段
- 2.需求管理的工具
- 15 3.案例分享
- 4.全过程的客户需求的七个方面
- 5.把握客户需求的关键二个方向
- 6.案例分享

## 第九讲:焦点小组

- 20 1.焦点小组的概念
- 2.焦点小组的作用
- 3.焦点小组的工作方法

## 第十讲:产品创新与企业战略

- 1.低成本战略目前的困境
- 25 2.产品创新的价值
- 3.以市场和客户为导向的产品创新
- 案例分享

## 第十一讲:课程收尾

- 1.回顾课程
- 30 2.答疑解惑

### 3. 合影道别