

## 【王子璐课程名称】商业模式与市场营销创新战略

关键词：商业模式/市场营销

### 【王子璐课程特色】

**1、逻辑缜密：**王子璐老师的课程是 100%原创课程，思维逻辑设计非常缜密。通过阅读课纲和比较，您一定能发现，王子璐老师的课纲和市面上某些，用热点和碎片化的话题东拼西凑的课纲截然不同。

**2、案例丰富：**根据王子璐老师授课的经验发现，案例是教学中最受学员欢迎和提升学员兴趣点的方法。王子璐老师的课程每一个观点都必定有案例佐证，且使用案例 90%为 3 年内的最新案例，70%为王子璐老师亲自参与的咨询案例，两天版课程平均达到近百个案例。

**3、练习实战：**培训最怕听得激动，无法行动。王子璐老师的课程中每个篇章都有让学员课程实操的练习。考虑到企业特色不同，行业不同，王子璐老师课程的课堂练习可以根据企业特点进行定制，既有针对 B 端企业的练习，又有针对 C 端企业的练习。大量的学员互动与现场演练，让学员全程高能，无睡点，无尿点。

**4、理论夯实：**学习的知识能否落地的关键，就是这些知识有没有夯实的理论背景支持。没有理论背景支持的知识，只不过是培训师的经验之谈，换一家企业换一个行业就落空了。欧洲著名商学院 MBA 毕业的王子璐，课程设计的每一个章节的背后都有 N 个经典的理论支撑。培训师的最高境界，就是能把很多人看似枯燥的理论，讲得和故事一样精彩。

### 【王子璐课程目录】

第一章：商业逻辑认知

第二章：用户数据分析

第三章：市场环境分析

第四章：市场策略制定

第五章：渠道推广模型

复盘环节：电影案例《路程》

沉淀环节：工具提炼

演练环节：商业沙盘实战模拟

### 【王子璐课程大纲】

#### 第一章：商业逻辑认知

- 一、介绍商业模式与营销发展经历的四个阶段
- 二、探讨商业演变过程中不同阶段成功的核心要素
- 三、思考 4P 理论是否过时
- 四、建立数字化时代商业模式与营销创新的模型
- 五、分析过往商业流程四部曲
- 六、建立创新商业流程四部曲
- 七、练习：分析你所在的行业的商业阶段与未来应对

#### 本章理论依据

- 1、营销 4P 战略——菲利普·科特勒
- 2、《商业模式画布》——亚历山大

#### 第二章：用户数据分析

- 一、明确你的用户是谁

- 1、学习如何精准的找到用户
- 2、建立社群营销的概念
- 3、分析在一个大的商业价值链中 B 端 C 端 G 端的用户分别是谁
- 4、常见的五大用户分类方法
- 5、学习如何通过产品内容的设计变化有效获客
- 6、学习有效的用户画像方法
- 7、案例分析：用户画像
- 8、练习：寻找客户与用户画像

## 二、了解用户深度的需求

- 1、明确用户的需求决定产品的内容
- 2、了解用户的需求有浅层和深层之分
- 3、建立用户左右脑价值需求模型
- 4、建立用户的五层金字塔需求价值体系
- 5、简要分析“性价需求”与“服务需求”
- 6、深度分析“情绪需求”
  - 6.1 建立满足用户“情绪需求”的两大方法
  - 6.2 案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“情绪需求”
- 7、深度分析“社交需求”
  - 7.1 建立满足用户“社交需求”的方法
  - 7.2 案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“社交需求”
- 8、介绍“文化需求”与“IP 的价值”
- 9、案例回顾：用户需求在五层金字塔价值模型的递进规律
- 10、练习：分析你所在行业的用户需求阶段及未来应对

## 三、基于大数据的用户行为分析

- 1、传统用户问卷调研常见的问题
- 2、学习比问卷更有效的客户行为分析方法
- 3、案例分析：学习用户行为分析的逻辑
- 4、案例分析：大数据在用户行为分析中的价值
- 5、学习行为分析的三种常用方法

## 四、用户粘性细分及营销方式

- 1、3+1 层用户粘性细分法
- 2、不同层次的用户营销策略
- 3、如何把用户变为粉丝

### 本章理论依据

- 1、马斯诺需求理论——马斯诺
- 2《大数据时代》——肯尼斯·库耶克

## 第三章：市场环境分析

### 一、市场分析的三大关注点

- 1、势
- 2、市
- 3、事

### 二、市场宏观分析方法

- 1、站在风口上连猪都能起飞

- 2、市场宏观趋势讨论：李佳琦的成功是否可以复制
- 3、PEST 宏观市场分析方法介绍
- 4、练习：PEST 分析
- 三、市场微观分析方法
- 1、五力分析方法介绍
- 2、练习：五力分析方法
- 四、企业优劣势分析方法
- 1、SWOT 分析方法在商业中的应用
- 2、案例：中国最古老的 SWOT 分析《隆中对》
- 3、练习：SWOT 分析
- 五、寻找有效的空白市场和获客流量洼地
- 1、建立企业、客户、竞品之间的价值关系模型
- 2、基于价值关系模型寻找空白市场
- 3、案例：红海中的蓝海市场

#### 本章理论依据

- 1、PEST 理论——[迈克·波特](#)
- 2、五力分析模型——[迈克·波特](#)
- 3、SWOT 分析模型——[韦里克](#)

### 第四章：市场策略制定

- 一、用产品爆点寻找市场价值
- 1、产品的爆点不等于产品的特点
- 2、常见的三大产品爆点
- 3、提炼产品爆点的方法
- 二、用产品定位规划市场区域
- 1、产品定位的本质
- 2、三种常用的产品定位方法
- 3、三种产品定位方法的经典营销理论讲解
- 4、案例：产品定位的成功与失败
- 三、用产品体验建立市场优势
- 1、反人类的产品体验案例分享
- 2、打造良好产品体验的核心思路
- 3、案例：打造良好产品体验的方法
- 四、用盈利模型创造市场价值
- 1、传统商业盈利结构
- 2、微笑曲线理论
- 3、案例：基于价值环节的盈利模型组合
- 4、盈利模型创新五大方法
- 4.1 添加
- 4.2 裁剪
- 4.3 转化
- 4.4 锁定
- 4.5 平台

#### 本章理论依据

- 1、定位理论——里斯&特劳特
- 2、数一数二理论——杰克·韦尔奇
- 3、长尾理论——克里斯·安德森
- 4、少即是多——路德维希·密斯·凡德罗
- 5、价值链理论——迈克·波特
- 6《免费》——克里斯·安德森
- 7、《从0到1》——彼得·蒂尔&布莱克·马斯特斯
- 8、微笑曲线——施振荣

### 第五章：渠道推广模型

- 一、商业营销推广渠道的演变
- 二、不同营销渠道的作用
- 三、认知渠道
  - 1、认知渠道达到的营销作用
  - 2、认知渠道的应用案例分享
  - 3、认知渠道的常用方法总结
  - 4、认知渠道的常用线上线下平台介绍
- 二、口碑渠道
  - 1、口碑渠道达到的营销作用
  - 2、口碑渠道的应用案例分享
  - 3、口碑渠道的常用方法总结
  - 4、口碑渠道的常用线上线下平台介绍
- 三、体验渠道
  - 1、体验渠道达到的营销作用
  - 2、体验渠道的应用案例分享
  - 3、体验渠道的常用方法总结
  - 4、体验渠道的常用线上线下平台介绍
- 四、裂变渠道
  - 1、裂变渠道达到的营销作用
  - 2、裂变渠道的应用案例分享
  - 3、裂变渠道的常用方法总结
  - 4、裂变渠道的常用线上线下平台介绍

#### 本章理论依据

- 1、《引爆流行》——马尔科姆·格拉德威尔
- 2、《影响力》——罗伯特·西尼奥尔

### 复盘环节：电影案例《路程》

- 1、王子璐老师的这个课程（仅限2天版和3天版），在课程讲授完成后，还将通过一部电影案例《路程》带领学员进行复盘。
- 2、这是王子璐老师独创的电影教学模式。这部电影《路程》是王子璐为了增强学员对课程的理解和学习热情，根据课程教学内容，亲自参与设计剧本，并由专业演员参与演出，拍摄的一部商业谍战电影。其中，王子璐老师在其中也有客串出演。

3、电影的剧情是按课程的逻辑展开展。复盘中将根据电影剧情的发展，回顾课程中的知识点，并通过提问与学员的互动，巩固所学知识点。

剧照分享，以供参考：



### **沉淀环节：工具提炼**

沉淀环节，王子璐老师将针对课程中出现的工具进行高度提炼，并留存给学员，用于学员日后回顾和开展工作是的应用。

### **演练环节：商业沙盘实战模拟**

1、演练环节（仅限 3 天版），是王子璐老师独创的商业课程行动学习（Workshop）方法。旨在让学员能将所学知识更好于与实际工作相结合。

2、演练中会将学员分成若干小组，小组成员分别担任首席执行官 CEO、客户经理、产品经理、市场经理、文案策划等 5 大角色。小组成员根据不同的任务书完成用户分析-市场分析-产品设计-渠道推广-产品发布流程。

3、王子璐老师将担当投资人进行提问、点评、投资（评分）。