

课程目标：

增长解决一切问题，是最简单粗暴的战略艺术

企业想由基础性增长、线性增长转变为跨越式增长、指数级增长，需要摒弃原有业务模式，寻求新的业务增长突破口，或者新的商业模式。有三个方向：

奇兵突进，是指企业在产品或技术方面一枝独秀，达到行业顶尖水平，短期内难以被颠覆。

系统拉升，指从多个维度全面提升企业经营水平，多个方向寻找业绩增长突破口。

高维重构，指跳出原有竞争格局，从更高维度重构企业竞争力，重新定义企业在整个产业链中的生态位。

解决问题：

企业发展多年后劲不足

已是行业龙头

只能看着市场被蚕食

找不到新的业绩增长点

想保住现有地位都很难

发展多年卡在当年规模上不去

如何单点突破拉动全局增量

怎样实现低成本快速裂变

……

课程大纲：

第一讲：企业发展对规模化增长的需求

- 1) 企业未来四个发展方向
- 2) “四化”之间的关联性
- 3) 规模化发展的必要性
- 4) 市场需求透析
- 5) 企业的增长飞轮
- 6) 规模化与经营成本的关系
- 7) 规模化发展两大要素
- 8) 规模化发展打破企业熵增
- 9) 实现规模化发展的四要点

第二讲：六维增量策略

- 1) 六维全方位拉升的系统性和必要性
- 2) 资源受限，好钢用在刀刃上
- 3) 业务分层实现多层次覆盖
- 4) 企业核心能力重点的演化
- 5) 围绕核心用户的场景设计
- 6) 消费分级时代的组织心智改变
- 7) “互联网+”运营策略
- 8) 爆款活动四个维度
- 9) 构建持续增长的战略思维
- 10) 建立面向市场需求的创新机制

第三讲：双漏斗方法论

- 1) 规模化增长战略目标最佳路径设计
- 2) 摆脱对明星销售的依赖
- 3) 基于数据的增长模式
- 4) 构建高效销售组织
- 5) 体系化提升触客质量
- 6) 企业级销售重构
- 7) GTM 模型的设计优化
- 8) 使用先进业务元素拉升业绩

第四讲：零创模式

- 1) 零创模式三个层次助力实现指数增长
- 2) 海外 DTC 品牌的崛起
- 3) 公域转私域的万能鱼塘公式
- 4) 裂变式营销思维
- 5) 裂变传播利益分配

第五讲：某知名品牌案例解析

- 1) 超级用户体系的方法论
- 2) 多触点设计的流量发动机
- 3) 线上数字化拉升效率
- 4) 布局生态，建立超级连接器
- 5) 快速协同的总部分部一体化组织