

## 课程目标：

解码联合经营范式席卷全球的秘密

助力企业长久盈利、跨越式发展

- 小企业怎样顺利从初创期向成长期转型
- 大企业怎样实现产业升级，完成成熟期转型
- 公司做不大、不赚钱、不赢利、发展慢
- 抛开就有重资产模式，实现轻资产经营
- 怎样寻找新的利润增长点
- 怎样有效推动业绩发展和战略扩张
- 四两拨千斤的商业模式助力企业爆发式增长
- 成熟型企业未来的发展方向和商业模式规划
- 数字技术怎样助力企业未来的生态系统搭建
- 企业怎样实现全产业链的协同共生
- 从0到1以及从1到N不同阶段的战略定力
- 怎样建立内外拉通、协同联动的运作机制
- 数字化在企业发展中的重要作用

## 解决问题：

为什么现在企业的平均生命周期越来越短？

市场越来越不好做，企业如何寻求突破？

怎样打造长期稳健的规模化增长型企业？

企业发展三四年，卡在当前规模上无法突破？

企业长期处于盈亏平衡点，吃不饱饿不死？

中大型企业怎样实现跨越式转型和产业升级？

中小企业怎样实现稳健型发展壮大？

.....

### 课程大纲：

第一讲：联合经营范式的过去与未来

- 1) 联合经营的概念及常见形式
- 2) 为什么要打造联合经营模式
- 3) 不同经营体对联合经营的需求
- 4) 联合经营的先决条件
- 5) 联合经营核心运作模型
- 6) 联合经营范式五力赋能体系
- 7) 联合经营范式的未来发展方向

第二讲：强化标准力，奠定持续复制基础

- 1) 标准力与标准化的区别
- 2) 具有生命力的标准
- 3) 标准力的价值
- 4) 四大范畴全面覆盖企业标准
- 5) 不经论证的标准是闭门造车
- 6) 标准的执行——从规划到落地
- 7) 定标杆，树典型

第三讲：提升供应力，保障高效运转

- 1) 供应力与供应链的区别
- 2) 企业内外部的供应力
- 3) 让内部价值链更有价值
- 4) 两个误区一个案例
- 5) 赢得战略匹配的需求与供应
- 6) 供应力在竞争战略中的解析

第四讲：构建产品力，增强企业生命活力

- 1) 产品力的定义
- 2) 产品体系搭建

- 3) 产品全生命周期管理
- 4) 产品分类运营
- 5) 打造大单品
- 6) 产品力自我诊断

#### 第五讲：最大化影响力，赋能快速扩张

- 1) 影响力主体间的逻辑关系及要素
- 2) 影响力飞轮效应
- 3) 影响力在企业不同发展阶段的抓手
- 4) 从更高维度理解“品牌”

#### 第六讲：凝练洞察力，确保方向正确

- 1) 有合作，就要有洞察
- 2) 企业对内部组织管理的洞察要点
- 3) 企业对外部资源环境的洞察要点
- 4) 行业分析的方法及分析工具
- 5) 获得洞察力的方法

#### 第七讲：规模化趋势及增长路径设计

- 1) 联合经营范式对规模化的需求
- 2) 实现规模化发展需要关注的要点
- 3) 实现规模化增长的三种方法
- 4) 增量战略
- 5) 双漏斗方法论

#### 第八讲：联合经营范式的数字化转型

- 1) 洞察和趋势
- 2) 数字化研判
- 3) 转型思维框架
- 4) 基于价值增长的数字化转型

#### 第九讲：联合经营范式的平台化战略

- 1) 何谓“平台”及“平台思维”
- 2) 平台经济基本特征
- 3) 平台战略对企业的利好
- 4) 平台化落地步骤
- 5) 平台战略经典案例解析

#### 第十讲：联合经营范式的终极未来

- 1) 生态型企业特征
- 2) 竞争理论与生态理论的区别
- 3) 企业价值形态演变历程
- 4) 知名企业的生态系统打造
- 5) 海尔生态品牌案例解析