

■ 市场洞察课程大纲

课程模块	课程内容	实战演练输出
第一章 BLM 业务领先模型介绍	1、要向华为学什么？ 2、如何翻越企业增长困境 3、BLM 业务领先模型：方法论、技能与工具	
第二章 差距分析	1、从市场结果到增长差距 2、业绩差距：经营结果与期望值的差距 3、机会差距：把握战略机会与新的业务设计 4、差距分析演练：MECE 原则	《业务差距分析清单》
第三章 市场洞察（看宏观与行业）	1、PESTEL 分析 2、产业链分析：价值转移与行业趋势分析、识别利润区	《PESTEL 分析表》、 《产业链分析表》
第四章 市场洞察（看客户）	1：客户细分方法 2：客户关键购买因素分析方法	《客户细分表》、 《客户关键购买因素排序》
第五章 市场洞察（看竞争）	1：竞争环境分析与超越竞争 2：标杆和竞争对手分析方法 3：行业竞争格局分析	《行业竞争方阵》、《敌我优劣分析图》、《战略产品竞争雷达图》
第六章 市场洞察（看自己）	1：内部资源与能力分析 2：内部优劣势分析	《内部优劣势分析表单》
第七章 市场洞察（看机会点）	1：梳理战略机会点、机会窗口 2：SWOT 分析 3：SPAN 分析	《机会点汇总表》、《SWOT 分析表》、《SPAN 分析工具》
第八章 三定（定控制点、定目标、定策略）	1：定控制点、定目标、定策略 2：必赢之仗确定方法	《三年关键举措表单》、《今年必赢之仗确认表单》