

《从海底捞分析商业模式创新》课程教学大纲

课程名称：《从海底捞分析商业模式创新》

课程性质：内训/公开课

培训对象：企业管理人员

教学时数：一天

课程简介：以海底捞或为案例的商业模式解析，零售业的商业模式在互联网时代产生了深刻的变化，传统零售的思维受到冲击，必须根据新情况进行改革和创新。传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精。分析海底捞的商业模式的借鉴之处，

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要

第一章：海底捞的商业模式解析

一、海底捞的运营

1. 海底捞的三大目标
2. 海底捞的服务宗旨
3. 海底捞的员工考核
4. 海底捞的主要岗位设置
5. 奖惩制度
6. 员工职业规划
7. 餐饮专业的人才

二、经营模式

1. 产品的标准划设计
2. 特色产品吸引客户

3. 产品的消费群体广谱
4. 蜀地特色结合现代的装修
5. 选址的大胆
6. 注重消费环境
7. 规模化效应
8. 的供应链的管理

参、 企业文化的建立

1. 员工的积极参与
2. 员工的而培训机制
3. 海底捞的盈利模式
4. 特色等待区
5. 员工的自权
6. 多次翻台

四、海底捞商业模式的借鉴

1. 海底捞商业模式哪些不可复制
 - ✓ 火锅商业的基因
 - ✓ 企业的文化
 - ✓ 品牌传播-成为商业案例
 - ✓ 黄海鹰《海底捞你学不会》的突然火爆
2. 以客户为导向的管理
3. 将客户当亲人的企业文化

第二章：互联网时代的商业模式

1. 什么是商业模式
2. 商业模式的发展与变迁
3. 商业模式的特点
4. 商业模式相近概念解读
5. 成功商业模式的五大定律
6. 拆解客户的商业模式
7. 商业模式的关键因素

8. 商业模式的创新
9. 产品金字塔模式
10. 产品迭代模式
11. 行业标准模式
12. 解决方案模式
13. 配电盘模式
14. 客户细分模式
15. 工具：商业模式画布
16. 工具：样板市场与样板客户打造
17. 案例：小米商业模式的得失

第三章：用新零售提升业绩

1. 会员大数据体系下的营销
2. 精准推送方案
3. 组合营销方案
4. 新零售平台的架构
5. 新零售门店布置技巧
6. 多元化的门店经营
7. 门店营销氛围营造十法
8. 新零售与品牌运营
9. 销量增长的模式
10. 数据化的市场跟踪
11. 社群营销的兴起
12. 场景化的终端分析
13. 传统企业+互联网的困惑
14. 案例：食品店的业绩提升
15. 案例：大闸蟹老板的困惑