

---

# 《产品增量系统》

## 【课程大纲】

决定现代战争胜负的是武器，决定企业市场地位的是产品。

一、什么决定企业的江湖地位？

二、如何打造企业的江湖地位？

1. 研发有特点的产品：产品不是卖更好而是卖不同。

2. 坚持做细分领域第一

3. 聚焦

a. 做减法。（项目、品类、单品） b. 集中资源“做一”

三、产品聚焦

1、产品聚焦精髓

2、产品聚焦动作分解

3、企业生态链

4、聚焦的两个层面。

四、老产品中挑黄金的五大方法。

1、利润评估法。

A、经营产品的三大误区。

B、产品矩阵解读

C、利润优选的关注点

---

## 2、特色确认法

A、判断产品特色的五大措施

B、特色产品误区

## 3、趋势确认法。

(1)四大趋势研判。

(2)宏观趋势、品类趋势、企业趋势、消费趋势。

## 4、品类空间确定法

(1)品类空间大小的判断方法

## 5、成长周期确定法

A、四个周期解读

B、产品推广节点控制

C、哪些因素决定产品周期

D、KPI 判断产品周期

E、单品和品类趋势关系

## 五、老产品中挑黄金的实操动作分解。

1、评判表

2、优选顺序

3、二次判断案例实操解析

## 六、新品这么玩想不成功都很难

1、玩新品不能脱离的四个要素

2、玩转新品的五大步骤

3、玩新品的五大步骤

- 
- 4、产品定位的十六字真诀
  - 5、产品卖点提炼的三大关键点
  - 6、卖点提炼的两个方向
  - 7、理性提炼的 7 大方法
  - 8、新品定位的四大方法

## 七、玩转产品升级

- 1、产品**升级**的战略轨迹
- 2、产品周期与产品升级对应关系
- 3、产品升级战略轨迹解读
  - A、单品突破
  - B、产品丰富
  - C、产品结构
  - D、产品更新与替代

## 八、玩转产品推广

- 1、哪些因素影响产品推广？
  - (1)推广新品必须解决的四大问题
- 2、解决员工推广意愿度的九大方法和步骤
  - (1) 如何解决员工推广的意愿度？
  - (2) 实操方法
  - (3) 实操分解
- 3、合伙人制度—解决二批推广阻力

---

4、通路利润有效设定

5、有效撒网，垄断渠道资源

(1) 渠道由公共资源变成垄断资源的 5 大步骤

6、重点捕鱼

(1) 优质网点界定

(2) 优质网店建设必须考虑的三大因素

(3) 市场消费具有代表性

7、新品推广必备 7 种硬手段

(1) 解读

8、终端生动化

(1) 关键两大动作。

(2) 陈列的四个核心元素。

9、秒杀产品促销的五大方法

10、像海底捞一样提供服务