

《企业经营与市场化运营》

主讲：

万新立老师——

“中国式绩效管理”创始人

标杆管理模式的资深顾问

企业核心竞争力建设教练

企业价值型商业模式创始人

多家企业战略、人资顾问

瑞恩钻饰集团原副总裁



简介：万老师拥有国营企业、民营企业等各类企业的 10 年以上企业管理经验，历任中粮集团企管部部长，北京某珠宝集团公司人事总监、执行副总等。万老师有不同区域、不同行业及不同职位的实际工作经验，有丰富的企业管理经验和工作，熟悉中国国有企业和民营企业的管理模式，了解企业管理的实际问题，是典型的实战派兼理论型讲师。

主讲课程：

- 《商业模式创新与战略管理》
- 《企业转型升级之商业模式创新》
- 《建立核心竞争力的标杆管理》
- 《目标管理与“中国式”绩效考核》
- 《非人力资源管理的人力资源管理》
- 《打造卓越团队落地八法》
- 《变革决定未来之管理创新》

学习目的：

企业经营的目标是获取利润，而管理的目标是效益最大化，但往往在管理的过程中成本的增加造成管理效益的下降，结果很多企业是不管理效益差，管理了效益却更差；

为解决当下很多企业的管理创新落地，大幅度提升工作效益的问题，本课程设计旨在正确导引，使步步落实，招招贯彻，不论各行各业皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而倍速的提升企业效益，达成公司的战略目标。

重要收获：掌握管理创新的原则、思路，正确建立创新方法，运用科学的工具达成落地；通过管理各模块的解读、简便实用的管理工具剖析及现场的训练，帮助您企业迅速提高企业管理效益。

适合对象：各阶层管理人员及储备干部

培训方式：教授演讲、互动分析、问题讨论、工具应用和实战案例分析、现场训练相结合

会议大纲：

一、企业经营的根本

- 1.1 企业经营与市场运营为何需要创新？
- 1.2 经营创新的难点在哪里？
- 1.3 经营创新给我们带来什么？
 - 1.3.1 小米的崛起之大揭密；
 - 1.3.2 苹果的独特客户价值；
 - 1.3.3 腾讯与阿里巴巴的跨界；
- 1.4 企业经营创新需要做好“四化三件事”；
- 1.5 经营创新核心点；

二、企业经营实践应用之日常问题解决

- 2.1 案例讨论之：为何投标失败了？
- 2.2 责任层级法之解析；
- 2.3 责任管理对待问题之六查；
- 2.4 责任管理对待问题之六不过；
- 2.5 课堂作业：写出本部门问题及解决方案；

三、企业经营实践应用之目标管理落实

- 3.1 目标管理流程创新五大要点
- 3.2 目标管理流程图详细解析；
 - 3.2.1 职责标准之管理工具创新解析；
 - 3.2.2 能效评价之人才适配评估创新解析；
- 3.3 目标管理流程之总结

四、企业经营之企业文化；

- 4.1 文化建设三大要点；

- 4.2 文化带给企业价值；
- 4.3 企业常见五大落后文化剖析；
- 4.4 优秀企业应建立的文化；
- 4.5 案例解读之如何建立留人文化；

五、市场化运营根源障碍是什么？

- 5.1 “诺基亚”转型之路的悲与喜
- 5.2 市场化运营常见四大固化；
 - 5.2.1 产品固化：产品特点就是卖点？
 - 5.2.2 利润固化：卖产品是唯一利润来源？
 - 5.2.3 交易固化：打造单赢还是多赢？
 - 5.2.4 价值固化：好企业是赚钱还是值钱？

C、中国中小企业未来出路之思考；

六、市场运营之产品竞争优势——你应该卖给客户什么？

- 6.1 产品优势的核心要素之卖点；
 - 6.1.1 有关产品的“三点”说明；
 - 6.1.2 成为卖点的三个标准；
- 6.2 产品卖点打造之五大步骤；
- 6.3 建立竞争优势之法：客户价值构建法；
 - 6.3.1 精准定位目标客户
 - 6.3.2 工具：目标客户要素分析表
 - 6.3.3 寻找客户价值“三点”
 - 6.3.4 工具：客户价值曲线分析图
 - 6.3.5 构建企业竞争优势的“三点”
 - 6.3.6 现场分析本企业的竞争优势

七、市场运营之品牌竞争力——如何让你扬名在外？

- 7.1、品牌竞争之品牌定位
- 7.2、品牌定位三大方法
 - 7.2.1 方法一：抢占定位；
案例：高露洁、铃酸灵；
 - 7.2.2 方法二：对立定位；
案例：百事可乐、巴奴毛肚；
 - 7.2.3 方法三：开创定位；
案例：英特尔、如家连锁；
- 7.3 品牌定位四步曲；
 - 7.3.1 确立品类；
 - 7.3.1.1 知识点：确立品类三大要素；
 - 7.3.1.2 案例分析：奶茶、租车、瓷砖；
 - 7.3.2 品牌名称；
 - 7.3.2.1 知识点：品牌名称六大原则；
 - 7.3.2.2 案例分析：蒙牛、瓜子、曹操专车；
 - 7.3.3 品牌表达；
 - 7.3.3.1 知识点一：品牌表达四大原则；
 - 7.3.3.2 知识点二：品牌表达六大类型；
 - 7.3.3.3 案例分析；西贝、李子坝、老乡鸡；
- 7.3.3 品牌故事；

7.3.3.1 知识点一：品牌故事终极之路；

7.3.3.2 知识点二：品牌故事五大工具；

7.3.3.3 案例分析：老碗会的品牌演绎；

八、市场运营之整合能力——你是“单打独斗”还是“抱团取暖”？

8.1 整合力之要素：共赢思维；

8.1.2 案例：渠道整合价值典范——连通布友从 50 到 5000 个加盟商的裂变；

8.2 整合力方法之交易模型：

8.2.1 什么是交易模型？

8.2.2 交易重构的四个视角

8.2.3 交易重构的十个构造块；

8.2.4 交易模型设计四大步骤；

8.2.5 案例：深圳五谷芳餐饮集团的完美利益交易构建

九、市场运营之盈利方式——怎样让你不再赚“辛苦钱”？

9.1 企业赚钱的三个境界；

9.1.2 靠铺如何“别开生面”的赚钱；

9.2 企业赚钱的关键点；

9.3 盈利模式的定义；

9.4 盈利模式设计三大步骤；

9.5 盈利模式的四大工具；

9.6 利润来源类别象限图；

9.7 赚钱方式类别表；

9.8 企业盈利定位分布图；

9.9 企业三层盈利链；

9.10 经典案例：“一号站”商业帝国的崛起；

十、课程总结

会议风格：风格实战、幽默、深入浅出，生动而富有激情，与学员互动性强，案例丰富，贴合学员

的实际情况，采用“大白菜语言”来讲解深奥的管理知识，且擅长理念沟通、心态剖析，情景掌控，使授课内容深入浅出、风趣幽默，极具感染力与冲击力。企业家的评价是：可落地，可实施，拿回去就能用

➤ 本课程为 2.5 天

部分服务企业名单：

为企业创新培训的部分客户	中国银行海南分行、中国烟草、东方航空、中国石油管道公司、延长石油股份有限公司、华北电力、蒙东电力、湖北邮政集团、四川交投集团、陕西建工集团、四川航空、桂林两江国际机场集团、河南森海置业集团、北京瑞恩钻石集团、山西大同花园大酒店、武安科力型钢铸造有限公司等知名企业
--------------	---

<p>为企业做咨询 部分客户</p>	<p>天津银龙集团、中国农机院、中国海关出版社、大连机车厂、昆山日星株式会社、中国人寿、新东方教育集团、北大荒集团、大连机车厂、昆山日写复印设备有限公司，昆山日星精密制造有限公司、北京金悦餐饮有限公司、郑州梦舒雅裤业集团、北京天顺长城液压制造有限公司、郑州海斯来福医药销售有限公司、深圳信德缘珠宝公司、天津双星门业、天津聚能高压泵有限公司等多家知名企业。</p>
<p>为企业做内训 的部分客户</p>	<p>天津银龙集团、中国农机院、大连机车厂、昆山日星株式会社、中国人寿、北大荒集团、大连机车厂、昆山日写复印设备有限公司，昆山日星精密制造有限公司、北京金悦餐饮有限公司、郑州梦舒雅裤业集团、北京天顺长城液压制造有限公司、郑州海斯来福医药销售有限公司、深圳信德缘珠宝公司、天津双星门业、天津聚能高压泵等多家知名企业。</p>





