

《后疫情时代下的连锁企业“扩张新五力”模型》

主讲人：连锁“扩张新五力”模型创始人——万新立

【学习背景】：在当今后疫情时代的到来，广大连锁企业要想获得持续性的胜出，必须依靠新的竞争方式而不能仅仅靠传统加盟手段来获得市场。但往往由于企业行业竞争加剧，模式雷同，其结果是很多企业处于经营的瓶颈，自身增长乏力。为解决当下连锁型企业的经营困境，大幅度提升企业的利润。本课程针对连锁型企业“新零售”的“扩张新五力”要素的剖析，旨在让企业走出“勤劳不赚钱，努力不发展”的困境！使企业抓住关键处，轻松获得高额且持久的效益，不论连锁企业在任何阶段皆能起到执行落地，立竿见影的效果，从而迅速提升企业价值，达成公司的战略目标。

【学习收获】：
一、运用工具分析卖点，解决将产品卖的多、卖的好，卖出高价；
二、解决企业品牌疲弱，美誉度知名度低下，让品牌快速突显；
三、解决复制力若，方法不当，成本高，实现真正规模效益；
四、解决远程各门店团队忠诚度差，凝聚力低，打造高效团队；
五、解决企业融资难，不能有效资本助力，让企业变得值钱；

【学习时长】：1-2天

【适合对象】：董事长、股东、总裁、总经理、执行副总、运营总监等高管

【课程大纲】

一、前言：连锁企业连锁扩张根源障碍是什么？

- 1、后疫情时代下连锁企业之殇；
- 2、“麦当劳”如何成为世界餐饮“巨无霸”；
- 3、连锁企业扩张障碍之四大固化；
 - 1) 产品固化：经典不需一成不变？
 - 2) 品牌固化：如何避免品牌老化？
 - 3) 机制固化：新时代仍固守老标准？
 - 4) 文化固化：文化是唯一还是不断升级？
 - 5) 利润固化：卖产品就是唯一利润来源？

4、中国连锁企业未来出路之思考；

二、“新零售”时代下连锁企业扩张的需要哪“新五力”？

- 1、连锁企业扩张五大要素——“新五力”谱系图；
- 2、连锁企业“新五力”的七大标准；
- 3、企业建立“新五力”需打造的三大思维
 - 1) 舍得思维——肯德基、麦当劳中国崛起的核心；
 - 2) 长板思维——“星巴克”的火爆秘籍；
 - 3) 冲突思维——麦当劳 PK 肯德基的思考；

三、新五力之产品力——你应该卖给客户什么？

- 1、产品力打造之五大步骤；

- 1) 深圳永和快餐大王产品力；
 - 2、产品力要素之寻找目标客户分析表；
 - 1) 联通布友 50 到 500 家扩张之路；
 - 3、产品力要素之产品卖点塑造；
 - 1) 卖点打造工具之客户价值曲线分析图
 - 2) “roseonly 的卖点成功打造之道
 - 4、产品组合之象限分布图；
 - 1) 麦当劳“产品组合套餐”引客之道；
- 四、新五力之品牌力——如何让你品牌持续保持活力？**

- 1、品牌力之品牌价值重构法则之标签；
- 1) 案例：武汉佳和时代服饰重塑品牌标签逆势增长；
- 3、当下品牌价值的最大问题；
- 1) 杜师傅鱼锅——从模仿海底捞到去服务化的蜕变；
- 3、品牌价值重构法则之“出位”
- 1) 站位同出位的说明；
- 2) “江心缘”江蟹品牌出位逆袭之路
- 4、品牌价值重构法则之价值认知
- 1) “脑白金”的产品价值到底是什么？
- 2) “农夫山泉”的水真的甜？
- 3) “五谷芳”餐饮连锁集团品牌价值重构异军突起；
- 5、品牌价值的最高境界；
- 1) 1 深圳“有间厨房”PK 美团的胜利之法；
- 6、中国连锁企业品牌价值的未来；
- 7、中国品牌价值的终极之路；
- 1) 中国成功企业家的品牌价值塑造的故事；
- 8、品牌价值不为认知的三个秘密；

五、新五力之复制力——如何从“1”到“100”？

- 1、建立岗位职责标准化
- 1) 门店组织运营成本之一人岗错配；
- 2) 岗位职责标准化的本质及作用意义；
- 3) 工具之《岗位职责标准汇总表》；
- 4) 工具之《企业职责权限界定表》；
- 5) 案例分析：广东米奇涂料岗位职责标准化创建典范；
- 6) 现场训练：制定出本岗位的管理职能模块标准；
- 2、门店业务流程节点标准化
- 1) 门店运营成本之二生产关系扭曲；
- 2) 问题说明：各岗位生产关系不顺畅现象；
- 3) 问题解析：任务与结果区别；
- 4) 工具之《本岗位对其它岗位需求表》；
- 5) 工具之《各岗位对本岗位需求汇总表》
- 6) 案例分析：广西三燃能源公司降本增效工作；
- 7) 现场训练：做出本岗位同其它岗位衔接标准；
- 3、建立工作效率管控标准化
- 1) 问题研讨一：门店团队阶段效能如何评估？

- 2) 问题研讨二：门店隐形成本管控如何评价？
 - 3) 问题研讨三：门店人均产值效益如何评估？
 - 4) 工具之《人力资源管理报表》；
 - 5) 工具之《隐形管理成本综合报表》
 - 6) 案例分析：广西华晨物流公司降本增效工作；
 - 7) 现场训练：做出本门店人力资源报表；
 - 4、小结：星巴克做大之关键要素分析；
- 六、新五力之文化力——让各地区员工客户都认可我们？**
- 1、企业文化价值作用
 - 1) 企业文化与管理关系；
 - 2) 中国企业普遍存在“四大文化”；
 - 3) 连锁型企业应推行什么文化；
 - 2、连锁企业文化传播与落地
 - 1、讲师系统；
 - 1) 讲师系统价值；
 - 2) 讲师系统操作要点；
 - 3) 案例：麦当劳讲师系统说明
 - 2、分享会系统；
 - 1) 分享会系统价值；
 - 2) 分享会系统操作要点；
 - 3) 案例：麦当劳“九大开门政策”
 - 3、制度系统；
 - 1) 制度系统价值；
 - 2) 制度系统操作要点；
 - 3) 案例：麦当劳特殊奖励计划；
- 七、新五力之值钱力——怎样让企业插上资本的翅膀？**
- 1、值钱企业同赚钱企业区别；
 - 2、资本化型连锁企业同传统企业九大不同；
 - 3、值钱企业的六大步骤；
 - 4、值钱企业的三个标准；
 - 5、小组讨论：分析本企业的值钱状况；
 - 6、案例分析：深圳靠铺连锁外卖资本化之路
- 八、总结对话——敢问路在何方？**