
企业战略管理培训课程

课程背景：

如何让中国本土企业打破发展“瓶颈”，在外资资本和跨国品牌的夹缝中胜利突围,找到打造战略核心价值的有效办法，赢得最大的价值和利润，形成品牌优势，为推动中国本土经济以及自身发展作出应有的贡献，这已成为中国企业亟待解决的课题。

课程特点：

1. 系统性，课程不再是从西方搬来的一个一个的孤立学科讲授，而是把企业发展作为一个活的有机体进行分析；
2. 针对性，课程所针对的是企业管理和发展中所面对的重点问题，参训人员接受培训后，能自主理出解决企业管理的思路和办法；
3. 实用性，课程不讲空洞理论，强调以解决问题为要务，并针对参训人员所提出的现实问题，在互动的基础上进行分析解答；
4. 启发式，培训强调通过边讲、边议、边讨论的方式，进行互动，以引导参训人员边学、边思考、边创新解决自己企业的基础管理问题；
5. 教练式，课程不是简单的理论分析讲解，而是教、练结合，以使参训管理人员掌握能带回去付诸实施的具体技术和方法；

课程策略：

- 1) 学员主导，培训课程直接以参训学员为主体，不仅把他们吸纳到培训过程中来参与讨论互动，而不是消极的被动听众，而且鼓励学员发现问题、分析问题，并提出解决问题的办法，以造成开放的学习氛围；
- 2) 问题讨论，由授课专家提出问题后，首先由参训人员讨论，然后由授课专家归纳总结，给出答案；
- 3) 案例引导，由授课专家提出一个案例后，参训人员一起讨论分析，以加深对所讲内容的把握；
- 4) 现场答疑，参训人员可现场提出自己工作中所遇到的问题，进行讨论后由授课专家进行解答；

5) 游戏启发，课程安排有启发式游戏，以通过游戏启发参训人员思考，加深理解；

课程对象：企业董事长、总经理、中高基层管理者

课程时间：一天6小时

课程导师：刘湛泉（简介略）

课程设计：

模块一：顶天立地（战略布局）——大处要壮阔，小处要锋利

- 1、 顶天——大处要壮阔
企业管理者必备的思想素质——目标高远甚至崇高
- 2、 立地——小处要锋利
发展中每一个环节要与消费者、竞争者、企业资源三者对接
顶天立地——看得远不致急功近利，善布局才能稳操局面。
- 3、 奥运后经济时代形势和特征分析：
穿别人的鞋，走自己的路，让别人学去吧！
- 4、 跨国品牌的阴谋与动作，我们怎样警惕？
- 5、 中国企业发展的态势和竞争后劲：市场决定命运！

模块二：差异凸显（战略构思）——与强者差异才能与强者并行

- 1、 将某个差异放大、放大再放大
- 2、 在复制中寻找蓝海：第一速度搭上车，照样能够火一把
- 3、 集中优势兵力，消灭关键敌人
- 4、 以战养战，可持续发展

模块三：先者生存（战略模型）——带来资源汇聚

- 1、 “速度领先”带来“资源汇聚”
- 2、 快鱼吃慢鱼的时代：速度决定一切
- 3、 在同质化越来越严重的时候，怎样化“面”的优势为“点”的优势
- 4、 《孙子兵法》“激水之疾，至于漂石者，势也。”案例新解
- 5、 点点自己的资源到底有多少？清楚家底好办事

模块四：优先聚焦（战略分析）——将路走得窄些

- 1、 聚焦—改变力量对比
- 2、 激光与阳光，子弹与火枪对企业核心竞争力的启示

案例：格兰仕、红河

- 3、 企业发展的终极戒律：力求简单
 试验发展

模块五：从“打靶”转向“博弈”（战略核心）——应对客户漂移

- 1、 从“定向打靶”转向“运动博弈”
在“变化”中抓住“不变”的主线，牢牢把握主动权
在“不变”中利用“变化”的力量，快速引爆市场
- 2、 坚持就是胜利。生存越久，积累越多，价值越高
- 3、 知名度、满意度、忠诚度，一样都不能少
- 4、 筛选客户，找到黄金分割点
- 5、 建立客户管理体系，现在是网络当家：高品质渠道连锁化

模块六：细分营销（战略导向）——找到自己作主的地盘

- 1、 人群细分
- 2、 感性细分
- 3、 市场细分
- 4、 渠道细分
- 5、 品类细分

模块七：竞争超越（战略思维）——凌驾于对手之上

- 1、 竞争的显性升级和隐形升级
- 2、 与对手推动行业迅速膨胀，做大做强
- 3、 从 IT 行业、快速消费品行业发展看群雄逐鹿
- 4、 做成行业领军的六大韬略
- 5、 行业不同位置的战术：阻击战、阵地战、防御战、游击战

模块八：品牌 4S 战略（战略实施）——高效构建强势品牌

- 1、 强势品牌的标准：附加值、突出个性、长久寿命
- 2、 差异化表达
- 3、 产品表达
- 4、 位次表达
- 5、 关系人表达
- 6、 如何成为中国乃至世界的强势品牌
- 7、 短期利益与长远利益怎样平衡

8、 核心产品、增长产品、种子产品对品牌沉淀的作用及推动

模块九：战略是一把刀（战略体系）——握住刀背那一面

- 1、 做还是不做——生死问题
- 2、 只要你出手，就有赢的机会；没有机会，便到处是机会
- 3、 营销上大胆突破，在品牌上大胆运作
- 4、 做战略——提高核心竞争力
- 5、 做机制——不依赖任何能人
- 6、 做文化——成为企业第一推动力
- 7、 做团队——进化你的员工

模块十：拒绝用管理骆驼的方法管理兔子（战略总结）

- 1、 骆驼（跨国品牌）和兔子（中国企业）有两个本质的不同
骆驼有驼峰，有足够的储存；兔子必须一边跑一边找到食物，否则很快就会饿死、渴死或累死。
- 2、 必须认清本土企业的兔子本性，坚持把兔子养成骆驼
- 3、 需要修炼管理者的七大本性，打造成魅力领导者
- 4、 不断掌握中国企业管理者的四大做事原则：
自知之明——专注一点，做某一领域的老虎
顺水推舟——时势造英雄，不是英雄造时势
血浓于水——团队牢不可破的信赖
知己知彼——自己比对手更用心
- 5、 怎样培育下属，让战斗能量无限放大
- 6、 如何有效激励下属，把企业创建成最美的幸福平台
- 7、 21世纪企业发展的七个忠告

备注：以上大纲仅供参考，实际授课根据培训需求适当调整