

组织变革实践与营销模式创新

主讲：王哲光

课程背景

当前激烈的市场竞争环境下，唯一不变的就是变化，企业发展到一定程度必然需要走向变革，如何变革，变革的方向是什么，怎么让变革不至于影响企业甚至毁灭企业，是摆在企业面前的现实问题。没有强大的企业文化，没有卓越的企业价值观，企业精神和企业哲学信仰，没有优秀的管理团队，组织变革是无法获得成功的。

思想有多远，我们就能走多远，创新思维已经渐渐成为社会的主流思维方式，不论是个人还是组织在金融危机影响的今天都迫切需要掌握创新思维去解决层出不穷的新问题，去思考如何在激烈的竞争中脱颖而出。面临市场、内外部客户的压力，需要与多方协调，如何平衡市场竞争的压力和客户多变的需求，快速将产品推向市场；如何建立一个真正的高效能的组织体系，快速响应市场需求；为何每次的头脑风暴会议在激烈的讨论后并没有找到有效的解决问题方法，为什么个人与团队的想法不一致，觉得个人的想法更具实效性和创造性，组织变革需要全体员工具有创新精神与创新思维，才能让变革成为企业发展的动力源泉，营销创新能够让企业用超越竞争对手，迎接残酷的市场挑战，获取市场竞争的最终胜利。

课程时间

0.5天 (3小时)

课程大纲

- 1、丛林法则——变革才能生存
 - 1) 舒适区
 - 2) 来自不同方面的竞争压力
 - 3) 爱变才会赢
 - 4) 消费群体在变、需求在变、受众在变
- 2、组织变革实务
 - 1) 找准变革的方向——组织诊断
 - 2) 组织变革的步骤
 - 3) 组织架构再设计的原则
 - 4) 产品线、职能线、业务线的组织设计
 - 5) 组织体系建设的流程与步骤
 - 6) 组织变革中的阵痛与应对

演练：组织设计

3、营销模式创新的方式

- 1) 将产品力发挥到极致
- 2) 跳出价格战
- 3) 渠道精耕网络布局
- 4) 整合营销品牌推广
- 5) 围绕客户体验的营销模式
- 6) 服务营销为核心
- 7) 互联网+时代的营销模式

4、营销模式创新的设计流程

- 1) 创意产生
- 2) 创意筛选
- 3) 概念发展与试验
- 4) 匹配目标
- 5) 商业与价值分析
- 6) 产品与服务开发
- 7) 试错与检核
- 8) 使成功的过程标准化

演练：营销模式怎么创新