

第三代商业模式创新与再造

(传统企业如何弯道超车，逆势逆袭，业绩爆增)

课程稿

导言

一、商业模式的演变

- 1、第一代工业经济时代的商业模式特征：基于物的产品的竞争
- 2、第二代网络经济时代商业模式的特征：基于关系的入口的竞争
- 3、第三代产业互联时代商业模式的特征：基于赋能与链接的入口与接口的综合运用竞争
分别展示图片以示区别，并举 7-11 和 OYO 案例说明赋能型模式

二、时代为什么选择了 S2B2C 商业模式

三、S2B2C 商业模式的本质特征及类型

- 1、F 升 S 类型：海澜之家
- 2、B 整合小 P 升 S 类型：汇通达
- 3、B 端内部裂变升 S：百果园
- 4、B 端外部接入升 S：OYO
- 5、用户裂变升 S：云集

四、企业转型为什么这么难？

三大定势：思维定势，经验定势，从众定势

三大惯性：识知惯性，盈利惯性，产业链惯性

丰田明知道转型电动车是趋势，但产业链太长，无法转

五、中小企业没流量入口，更别提接口，如何弯道超车，逆势逆袭？

- 1、从利润的差价思维，走向流量的入口思维（发起流量战役，在别人靠产品赚钱的时候，你用产品圈人、圈粉、圈钱）

举火锅案例店免费办会所

- 2、前端舍利赚流量，后端用流量赚利润

洗脚店/

- 3、把公司做平台，员工及一切接入者做创客（创业合伙人），用户做代言合伙人。（把资产做轻、把组织做小、把用户做大，把市场做爆）

照像美容捆绑

- 4、不把同行当竞争者，而是当合作者，用成功的模式赋能同行并产生协同效应。用社会的资源、社会的人、社会的钱，把市场做大。

六、销售不再困难：引爆 C 端流量入口的八大杀手锏（获客、锁客、裂变、复制）

七、业绩增长更容易：B 端接口裂变，业绩爆增的六大方法

八、利润不再像薄如纸：改变企业传统产品差价利润池，创新利润池的八大盈利秘诀。

- 1、流量问题解决后，做自由民品牌赚钱（入门产品圈人，微利产品圈粉，重利产品赚钱）
- 2、跨界连接，打造产品链，围绕用户的终生价值，全方位需求，连接产品和服务。用产品链满足需求链。
- 3、往上延伸分润，向供给侧要利润（投资收益）。
- 4、资格费（会员费、加盟费、管理等）
- 5、广告费、促销费等

6、集约采购降价式上游销售额返利

7、平台链接者的股权分红（小米链接 110 家企业，大部或 20%股权）

8、成本变利润（采购成本下降、人员成本变利润、渠道费用变渠道收入 OYO、海澜之家、7—11、名创优品）

九、S2B2C 商业模式设计路径

1、舍利前端，爆品引流，在公域圈人；

2、私域运营粉发展会员，会员做代言合伙人做会员裂变；

3、成功模式赋能员工和同行做复制，进行组织和规模裂变；

4、公司升平台，整合上游，围绕用户终生价值及需求链，打造供应链。

5、突破传统产品差价利润池，丰富赢利来源，多方位盈利。