

# 战略思维与商业洞察

提升思维模式，洞察商业密钥

课时：2天

## 课程背景

今天的商业环境越发难以捉摸，“游戏”不断发生着变化。在新的游戏规则下，我们需要学习一套新的思维范式。战略是经营的**过滤器**，一旦战略缺位，战术无从提起。战略思维着眼于如何利用眼前的机会，尽可能创造未来的最佳业务成果。本节课从哈佛商学院定义**七种战略思维**技巧入手，帮助企业**洞察商业成功密钥**。

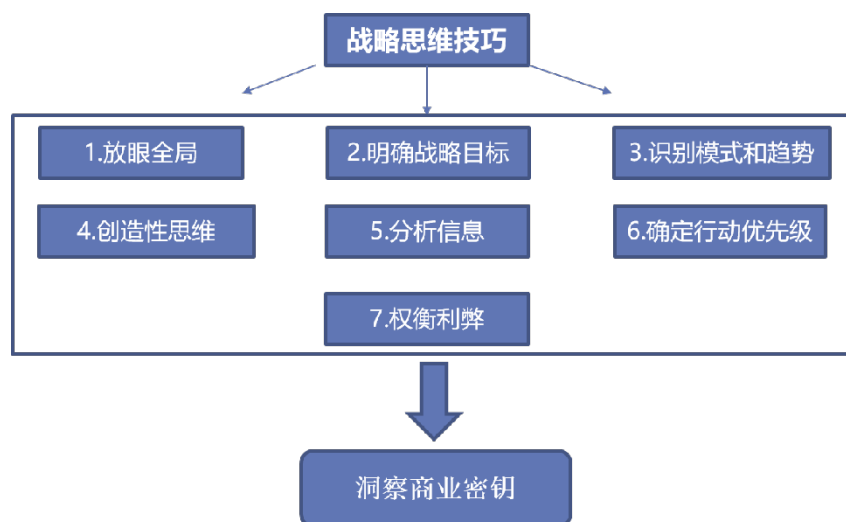
## 对企业意义

- 帮助企业洞察商业密钥，赢得商业战争；
- 培训中层管理者卓越的战略思考与商业洞察能力，持续为企业创造商业价值；
- 帮助中层管理者从战略角度重新审视企业业务现状，为企业梳理职能战略；
- 提高对于最高层制定出的战略理解和对齐的能力。

## 课程收益

- 理解什么是战略思维；跳出职能局限；看全局
- 运用战略思维识别战略地图与路径
- 了解战略思维的过程，运用七种战略思维技巧
- 洞察商业成功的密钥，提升商业洞察力。

## 核心：



## 授课形式

- 问题讨论，由讲师提出问题后，首先由参训人员讨论，然后由讲师归纳总结，给出答案；
- 案例引导，由讲师提出一个案例后，参训人员一起讨论分析，加深对所讲内容的把握；
- 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，最后由讲师进行解答；
- 现场练习，讲解一个方法后，通过现场练习，保证准确理解和运用；

- 小班组织，每班不超过 24 人，因为是引导式培训，超过 24 人就难以保证互动练习效果。

## 👉 课程大纲

核心内容与要点	
主题 Theme	内容 Contents
Day 1 开场热身	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 暖身开场 INTRO 与期望</li> <li>2. 引导学员新角色设定（外部独立顶尖咨询顾问），并探讨与企业内部职能角色的不同之处</li> </ol>
战略思维与战略思维者特征	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 战略思维概论</li> <li>2. 战略思维的价值</li> <li>3. 谁需要战略思维？</li> <li>4. 战略思维者特征：基于未来、好奇、关注长期、敢于尝试、注重优先级、灵活、终身学习</li> </ol> <p><b>小组研讨 - 课前预习作业的发现与反思</b></p>
午饭	
战略思维是一种过程	<p>看清宏观环境、识别行业趋势 收集竞争对手、关键玩家信息</p> <p><b>课堂实践 - 小组收集信息与研讨，并展示结论</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 产业链（上、中、下游的布局）</li> <li>• 判断当前行业所处的阶段</li> <li>• 预选择出细分市场-并分析商机</li> </ul>

<p><b>Day 2</b> 七种战略思维技巧 (上)</p>	<p>放眼全局、看竞争格局</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. <b>Customer</b> 分析细分市场客户具体特点</li> <li>B. <b>Competitor</b> 竞争对手的成功密钥 (商业模式、产品竞争力分析)</li> <li>C. <b>Company</b> 了解自身竞争核心优势 (企业自身商业模式、经营状况分析)</li> <li>D. 大前研一 <b>3C 战略模型</b> (咨询顾问视角的升级版)</li> </ul> <p><b>课堂实践</b> : 小组针对业务场景作出 <b>3C 战略初步思路分析与演练</b></p> <p>运用战略思维识别战略地图与路径</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A. 明确战略方向与业务重点</li> <li>B. 集团、业务团队、职能部门、重点目标</li> <li>C. 目标管理展开的关键步骤</li> </ul> <p><b>小组研讨</b> : 职能部门-关键性目标、赋能型目标、辅助性目标</p> <p>识别模式和趋势</p> <p>4 步骤顺势而为 : 界定趋势、深层探究、结果分析、潜在策略</p> <p>5 种战略模式 : 经典型模式、愿景型模式、塑造型模式、适应型模式、重塑型模式</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 竞争的严苛性</li> <li>■ 自身的可塑性</li> <li>■ 需求的可预测性</li> </ul>
<p>午饭</p>	
<p>七种战略思维技巧 (下)</p>	<p>创造性思维</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 种方法充分发挥创造力</li> </ul> <p>分析信息</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 收集信息 : 识别关键信息、考虑利益相关者需求、基于现有知识、屏蔽无关信息</li> <li>• 分析信息:由数据到洞见、DIKW 模型回顾</li> <li>• 运用信息 : 使用 80/20 法则</li> <li>• 共享信息 : 分享彼此独特信息、创建信息共享的默认结构</li> </ul> <p>确定行动的优先顺序</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 明确优先等级</li> <li>• 设定切实可行的时限</li> </ul>

	<p><b>权衡利弊（如何应对决策从众效应-偏移、噪音？）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 评估选择的优缺点</li> <li>• 平衡长期和短期</li> <li>• 消除偏见与噪音的决策模型（中介评估法）</li> </ul> <p><b>课堂实践 - 小组选出评估成员，组成评估委员会，模拟演练</b></p> <p><b>课程核心内容回顾、Q&amp;A</b></p>
<p>模型、工具与流程：《战略思维自我评估表》、DIKW 模型、中介决策流程</p>	

### 👉 适合人群

- 企业高层业务管理者、总经理储备人选、职能业务线总负责人
- 企业集团的决策者
- 战略策划者、市场多变与快速应对的中高层经理人

### 👉 三大选择理由

理由一：全球细分领域 Top3 咨询顾问视角

理由二：世界 500 强企业高管视角：企业战略与运营模式方案设计与变革

理由三：25+年的甲-乙-丙三方项目管理实战经验，跨各行业、跨职能部门、跨不同性质公司。

### 👉 学员课前准备

课前预习：课前预习哈佛商学院文章《您是战略思考者，还是管理者？》

调整心态：调整心态与状态是我们上课之前必不可少的工作，良好的精神状态学习效果最佳。

学习用具：笔记本和笔（型号无要求），以便及时记录课程笔记，方便课后复习。

开课安排：提前十分钟到场，做好相关准备，在上课前确保可以正常上课。

### 👉 学员课后任务

回顾、反思课程总结的经验与问题，规划后续行动计划。