
构建竞争优势

主讲：林安

课程背景：

竞争是每一家企业绕不开的话题。要达成战略，必须解决如何竞争的问题，即审视竞争格局、制定竞争战略、构建竞争优势，只有这三块都做好了，企业的竞争对企业的战略实现才是积极有效的！

本门研讨全面系统地诠释了竞争战略管理的主要内容，对企业做好竞争管理有很好的借鉴参考价值。

课程收益：

- 1、 企业收益：增强整体竞争力
- 2、 学员收益：掌握分析竞争格局的思维逻辑；理解制定竞争战略的结构化思考，学习制定竞争战略的工具；了解构建竞争优势的主要方面与方法。

学员对象：企业董事长、法人代表、经营者、高级管理者。

授课方式：学员分组

授课（50%）+案例（30%）+讨论（15%）+练习（5%）

授课天数：2天（6小时）

课程大纲

一、 审视竞争格局-解决在哪里

1. 看清我在哪里
 - 1) 做好市场洞察
 - 2) 练习：结合你的业务板块，做一次市场调查
 - 3) 案例：动态分析环境的影响
 - 4) 案例：动态分析行业价值链的变化趋势
2. 看客户的竞争格局
3. 站在客户的角度，看我们同业者之间的竞争格局
4. 营销四要素
5. 围绕营销四要素理顺竞争格局

-
6. 案例：华为的竞争格局分析
 7. 讨论：我们的竞争格局是如何分析的？结合上面所学内容，存在哪些问题？如何改进？

二、 制定竞争战略-竞争的重点与方向（解决去哪里）

1. 理解、相信企业的战略是制定竞争战略的基础
2. 细分客户群
3. 每类细分客户的诉求分析
4. 分析我们与竞争者的核心竞争力与战略控制点
5. 将我们的核心竞争力与控制点同细分客户群的诉求对标
6. 围绕营销四要素，对比分析我们与竞争者的竞争态势，确定主要的竞争者
7. 分析主要竞争者的竞争战略
8. 制定我们的竞争战略
9. 站在客户的角度，与主要竞争者的竞争战略对标
10. 案例：华为竞争战略的制定
11. 讨论：如何制定“好”的竞争战略？
12. “好”的竞争战略的衡量标准

三、 构建竞争优势-解决如何去哪里，以及去的节奏

1. 围绕细分客户的核心需求，聚焦营销四要素构建优势
2. 八种典型的盈利模式
3. 围绕盈利模式构建竞争优势
4. 在创新中凸显优势
5. 差异化，并对标客户核心诉求
6. 避免同质化竞争
7. 尽量延展解决方案
8. 案例：华为如何建立自己的竞争优势
9. 讨论：结合我们的业务，在各类细分客户群，我们如何建立自己的竞争优势？

四、 提升竞争优势的软实力

1. 经营理念的共有
2. 案例：稻盛和夫让员工共有他的经营哲学

-
3. 从上到下的危机感
 4. 案例：任正非如何传递他的危机感
 5. 高度职业化的思维、行为模式
 6. 案例：华为在希腊的职业化
 7. 讨论：我们凸显竞争优势的软实力有哪些？如何扬长避短及弥补短板？

五、 与总裁对话

六、 总结

*****The

END*****

说明：

此课纲只展现到了二级目录，以体现整体的思维逻辑，具体内容将在《学员手册》中体现。