

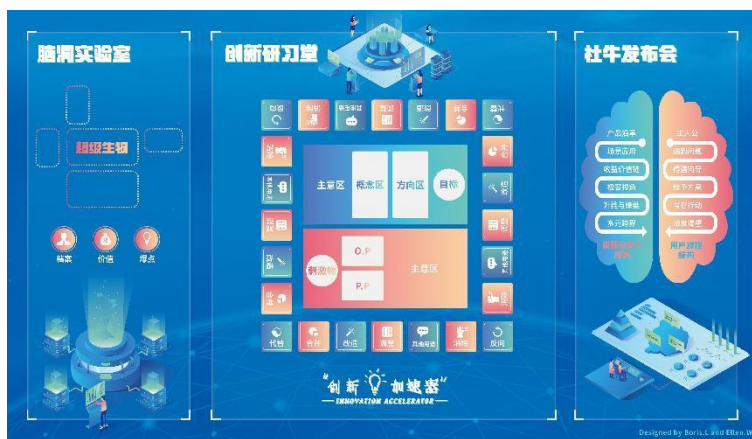
创新思维——创新问题分析与解决

【课程背景】

创新改变世界，核心技术引领未来。创新的组织重塑消费者的需求，引领行业变革，组织内部创新以及基于工作创新是组织创新发展的源动力，是组织的竞争力。同时科技信息时代，创新组织引导公众认知，转化流量、打造组织的品牌并输理念、价值是发展引擎，是促进企业持续成长的驱动力，是组织竞争力的重要组成。

如何激活创新的意思，掌握创新的方法，本课程将从**创新产品体验**（打破思维惯性，尝试多维视角）、**创新产品呈现**（精准且高效呈现出创新思维）、**创新工作改进**（结合工作实际，进行实战演练）等方面，帮助员工和企业认知创新，理解创新，并掌握创新思维的方法与工具。

【沙盘模型】



【课程目标】

1. 促进创新问题分析与共创解决机制
2. 理解运用批判性思维分析创新问题
3. 掌握理性左脑系统思考方法，使用结构化表达方式建构创新逻辑
4. 掌握感性右脑的吸引力技巧，使用右脑力量直抵人心，打造说服力
5. 学习应用故事力，共创创新发布的品牌故事
6. 激发组织创新思考与创新能力，萃取、沉淀组织创新经验

【课程收益】

■ 对个人：

理解创新思维，走出创新误区，掌握高效组织思维的方法，通过有效表达使创新呈现具备设计感与说服力，促进创新思维转化，提升职场竞争力。

■ 对公司：

逻辑化的左脑训练提高问题分析与解决效能，激活组织创新；对内有效信息交互，高效能沟通协作；对外促进商业合作，传达、塑造公司品牌。

右脑的商业故事训练激发创新潜能，沉淀组织文化与品牌解读；促进员工自我成长，提升个人的领导力。

【学员对象】

企业负责人、部门管理者、高潜人才、新员工等

学员人数 **40** 人以内

【授课方式与课时】

案例研讨+团队共创

- 共识：团队创新共创，达成团队目标
- 共鸣：案例解读、实战体验
- 共创：创新思维工具的现场演练及成果产出

课时：2 天（12 课时）

【课程大纲】

第一部分：“脑洞”实验室

1. 打破思维的墙

- ⊕ 重识思维惯性与创新
- ⊕ 创新的应用自我解析
- ⊕ 团队创新的共识

2. 构建创新产品

实战演练：超级生物创新产品实验

第二部分：创新演习堂

1. 批判性思维与产品创新运用

2. 构建创新系统思维

- ⊕ 概念三角
- ⊕ 概念瀑布
- ⊕ 奔驰法

案例解析：万物互联及多维创新

3. **实战演练：创新主题的头脑风暴**

第三部分：创新产品呈现—6 种思考维度，清晰有力的呈现思维轨迹

1. 表达黄金三角公式

2. 产品沿革：循序渐进，让影响自然发生

3. 场景应用：让画面与应用带动思考
4. 极客视角：产品的技术特点和核心功能
5. 多元跨界：多种技术融合后的产品变化
6. 升维与降维：使用产品或技术后不同圈层的影响状态
7. 收益价值链：：产品或技术实施的原因以及带来的结果

实战演练：产品发布会路演结构共创

第四部分：创新产品植入—用户旅程结构，产品故事输出

1. 主人公：人物画像，给 TA 定义一种欲望
2. 遇到问题：任务需求、情感需求与意义感
3. 得遇向导：用共情拉近距离，用实力展现权威
4. 给予方案：功能满足、情感满足与价值升华
5. 号召行动：直接式行动召唤与转化型行动召唤
6. 激发渴望：妙用“损失厌恶”与“幸福”画像

实战演练：产品发布会产品故事共创

第五部分：创新产品发布会

1. 整合“6 种视角”和“用户旅程故事”——形成小组创意文案
2. 创新工具方法转化——重塑客户注意力、需求
3. 共创创新话题达成发布会目标

团队共创输出结果：设计创新海报（概念海报或场景海报）

完善发布流程和演练

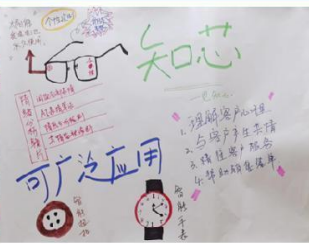
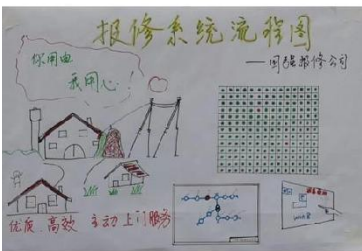
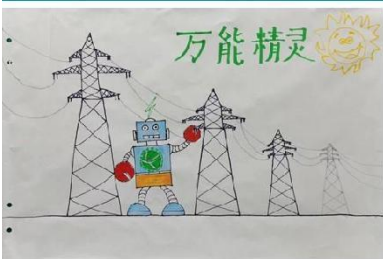
4. 发布会和投资人点评环节（结合可应用，有价值，业绩突破）

总结与复盘

【特别说明】

上述课程内容为通常版本。在确定授课前，老师会提前与相关人员做进一步沟通。通过训前需求调研和需求分析，确定培训目标，并根据企业实际情况调整课程实施和内容。

课堂呈现案例



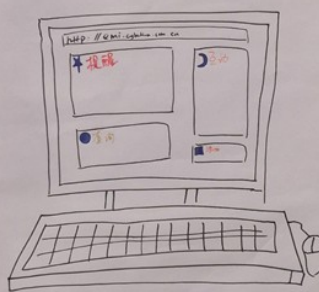
创新课题——CRAZY CARD(CC卡)



产品名称: Crazy Card (CC卡) 狂欢卡
 背景: 造节现象盛行 买买买!!!
 电商节日成交量巨大
 二. 重点客群特点: 年轻 消费能力强 活跃度高的Happy
 三. CC卡介绍: 秒申秒用(虚拟卡)
 5倍积分 优惠兑换 极速退款 专属折扣 分期优惠减免 专属理财
 四. 总结

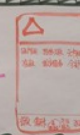
创新课题——CGB e “秘”



CGB e “秘”
 一. 纷繁“事”界 一个就够了


创新课题——远程DIY



柜台 1号 → 2号 → 3号 ... 135号
 情景一: 
 情景二: 广发银行 手机银行4.0 
 情景三: 谁是你的心仪对象??? 远程DIY. 