

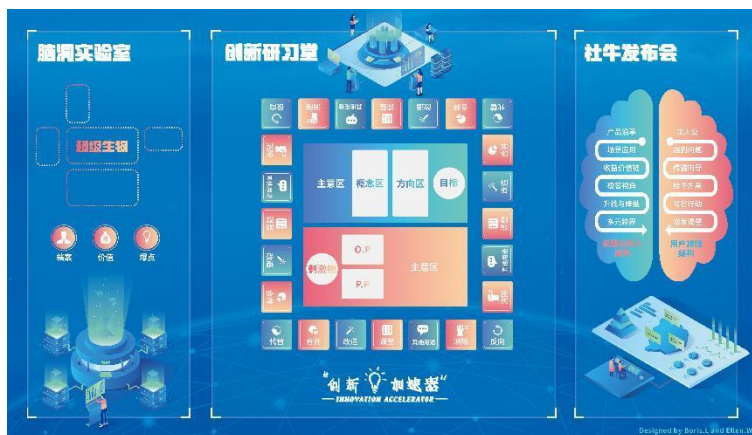
# 创新思维——创新问题分析与解决

## 【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。

如何激活创新的意识，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
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：1 天（6 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

#### **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

#### **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**

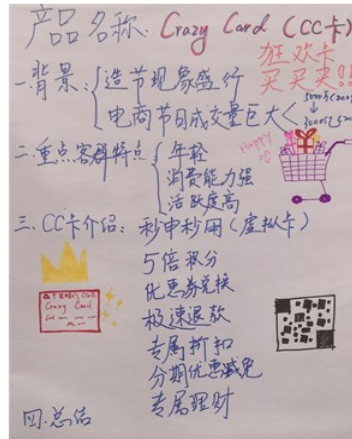
##### **【特别说明】**

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。

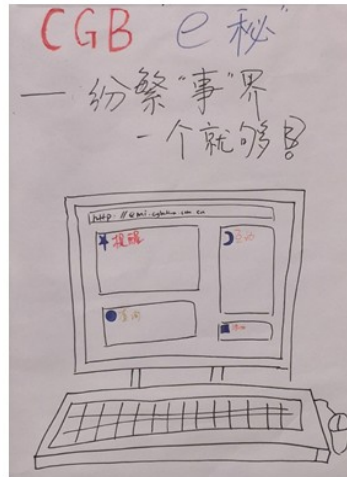
#### **课堂呈现案例**



## 创新课题——CRAZY CARD(CC卡)



## 创新课题——CGB e “秘”



## 创新课题——远程DIY

