

《赢在创新——零售业营销模式创新》

课程背景：

互联网革命以来，全球零售商业发生巨变，零售商必须认真思考商业模式的本质，创新零售商业模式才可能实现持续发展。零售业模式的创新是必须需要的，但企业怎么连续不断地产生创新，是需要创新的土壤和思维源泉。怎样把企业做好做大？这就需把不断创新作为取得成功的根基。创新对有的企业来说是锦上添花，因为企业在创新之前是有一定的基础和沉淀的，有没有创新之花企业都能过日子；但创新对有的企业来说却是雪中送炭，如果没有创新它就会死，有了创新它有可能就存活。所以，没有根基的创新对企业来说是可怕的

课程目标：

- 1、了解零售业营销模式的概念
- 2、认知与把握零售业营销模式的发展
- 3、理解零售业营销模式的本质是为了更好的把握市场
- 4、掌握零售业营销模式的要素和发展
- 5、了解零售业营销模式的创新发展方向
- 6、结合自身行业，对模式创新的应用和管理
- 7、学会使用创新工具进行创新

课程时长：2天，每天6学时。

课程对象：

- 1.民营企业董事长，总裁，总经理，股东。
- 2.副总裁，总监，分公司经理等高级管理人员。
- 3.品牌经理，策划经理，媒介经理，公关经理，广告经理等专业技术类中层人员。

课程大纲：

第一章 零售商业模式

- 1、什么是商业模式
- 2、零售商业模式的本质是什么
- 3、零售商业的两个基本特质
- 4、零售商业的三个核心要素
 - (1) 零售形式
 - (2) 零售活动

(3) 零售控制

第二章 零售业模式的分析

- 1、零售商业模式框架
- 2、价值主张
- 3、如何接触客户
- 4、如何建立客户关系
- 5、商业模式模型
- 6、全局分析图
- 7、价值创造收入
- 8、价值创造

第三章 创新的阻碍

- 1、变认知障碍
- 2、资源禀赋黏性
- 3、路径依赖
- 4、先前投资约束

第四章 创新的核心

- 1、坚持以客户为中心的定位
- 2、改善客户体验的持续努力
- 3、强调创新文化
- 4、提高技术进步的敏感性

第六章 创新的工具——头脑风暴及思维导图

- 1、创新需要工具和方法
- 2、创新工具之头脑风暴
- 3、创新工具之思维导图

第七章 实战练习

- 1、用头脑风暴进行创新的练习
- 2、用思维导图进行创新的练习