

《360shop 客户洞察引领产品创新》定制化内训课纲（课件浓缩版）

主讲：许敬友

课程背景：1 全球航运市场的低迷，急需通过客户洞察与产品创新来提升业绩和核心竞争力。

2 与《创新思维》《创意方法》《商业模式创新》《创新风险管理》组合成系列课程，全面提升学员的产品创新能力，深刻挖掘客户需求。

课程要求：多案例，多实战，多模拟，多互动。

课程时长：一天。6.5 学时。

课程大纲：

- 1 客户洞察引领产品创新的思维设计简要介绍
- 2 客户洞察 6 步曲
- 3 设想新客户
- 4 新服务产品开发路径
- 5 产品创新创意模型提炼与评估

一、客户洞察引领产品创新的思维设计简要介绍。

1.0 销售本质变化的四层次原因探讨。买，卖，买卖结合，超出客户预期的卖。

1.1 客户需求变化的四个历史阶段变化。满足，引领，创造。超越。

1.2 何为洞察力？洞察力与观察力的区别？提升洞察力的方法工具

与模型。5why 法。鱼骨图。三层面法。

案例分析：用上面的工具模型分析下面的 11 个案例。并进行相互评判。相互 PK 优胜者奖励。

1“宝马”离婚案关注度超过奥运会的背后原因分析。

2 克强总理“大众创业，万众创新”讲话背后的深层次原因探讨？

3 为什么我们感觉 85,90 后的员工很难沟通与管理？

4 中国最需要教育的不是孩子而是父母。这句话如何理解？

5 恋爱中的好人卡如何避免？

6 小米与华为 pk 我在 2014 年的预言。

7 雷军与董明珠的一亿豪赌。你怎么看？

8 海尔转型 20 年的苦苦探索？你认为海尔会再次崛起吗？

9 京东能够比肩阿里的原因探讨分析。

10 达利集团利润总额超过统一，康师傅总和的原因分析。

11.2008 年许大业为承德蓝岛大厦做的公关宣传策划赏析？

经典理论延伸：特劳特定位理论核心要点。

1.3 产品创新的概念，背景，意义。

1.4 产品创新的经典案例

1 严介和太平洋建设的崛起和成功。

2 一个江苏打工仔在北京做装修，5 年资产 10 亿的秘密

3 爱立信，诺基亚的失败教训

4 海底捞的成功与黄太吉煎饼的衰败

5 酷派手机刚上市的逆向定位策略

6 德克士与肯德基模仿与创新

7 初元与脑白金的爱恨情仇

8 把牛仔裤剪成短裤卖的案例

9 西瓜切开搭配勺子的案例

经典工具延伸：行业关键成功因素，客户需求的痛点，痒点，兴奋点。行业顽疾与潜规则。未来趋势与企业发展。

1.5 客户洞察与产品创新的关系。前提基础和目的结果。

二、客户洞察六步曲。

2.0 客户洞察的概念与作用。

2.1 客户洞察六步曲

1 决策制定单元分析

2 客户需求分析

3 客户价值分析

4 购买流程分析

5 客户体验分析

6 客户传播分析

相关工具：6W4H 决策购买模型。购买过程五者模型分析。销售漏斗与反漏斗模型。客户需求定位的 NEADE 法则。

案例分析：1 许大业给母亲买电动按摩椅的五者模型分析。2 某公司购买复印机的过程及流程分析。

实战训练：每个学员用以上的工具与模型分析自己的客户，并由小

组抽签决定一名学员上台分享，互帮互评。相互 PK.优胜者奖励。

三、设想新客户

3.0 当今思维新状态：总结过去，立足当下，面向未来。

3.1 活在当下的心态。多年不见得男女同学，朋友突然联系的理由。

3.2 新客户与老客户的关系。

3.3。新客户是谁？（who）在哪？（where）我们如何找到他？
（how）他们如何相信我？（why）如何相信我们比竞品好

3.4 新客户开发的流程与意义。

现场训练：用上述的工具。每位学员写出自己的新客户开发计划及行动方案，其他学员从计划的科学性和现实性。方案的可操作性。时间的及时满足性。费用的经济性。方案的重点，难点，改进点综合评分。优胜者奖励。

四、新服务产品开发路径

4.1 行业顽疾和潜规则的解决。案例：滴滴打车的成功与隐患。万达与万科的不行贿？

4.2 关注客户投诉，解决客户疑难问题。白加黑感冒的成功。

4.3 服务产品的行业外移植与创新。《笑傲江湖》《欢乐喜剧人》的成功。

4.4 关注行业痛点，解决行业负面影响。猪八戒网的成功。许大业为某足浴店制定的技师培养计划和保留方案。

4.5 产品功能的升级换代。一个杯子的八种不同卖法。

4.6 客户对象的拓展延伸，万宝路香烟的定位改变带来成功。脑白金从保健品到礼品的转型成功。

4.7 消费频次的增加。餐饮行业的两个营业高峰如何变为五个？

4.8 消费心理的满足。某清肺产品核心诉求“老公，烟戒不了，洗洗肺吧”某补肾产品核心诉求：男人可以倒在前线上，不能倒在前列腺下。

现场实例训练：写出在自己岗位上跟客户相关的新产品开发与设计思路与方案。相互评判，相互PK。优胜者有奖。

五、产品创新创意模型提炼与评估

5.1 产品创新创意模型

透视产品创新>(洞察客户需求)实现创新产品>管理创新流程。

5.2 透视创新产品

5.21 创新是什么？正解与误解

5.22 创造与创新。

5.23 创新实例 1 模式创新，股权激励 2 组织创新，阿米巴，红岭，小米。3 产品创新，加多宝凉茶。4 营销创新，品类创新，毛泽东三个世界，她他饮料。细分市场，区别定价。大众汽车。渠道代理制度，脑白金，格力电器。

5.24 产品创新，跨时代颠覆的产品创新战略

5.25 供应链创新，案例：许大业 3.8 节给品牌男装做的促销案赏析。

- 5.26 流程创新。工具：牛皮纸法
- 5.27 体验创新。案例：播放巴马水演示视频。
- 5.3 洞察客户需求
 - 5.31 产品设计的思考顺序。
 - 5.32 消费者洞察是新产品成功的关键
 - 5.33 消费者决策购买过程
 - 5.34 需求调研流程
- 5.4 实现创新产品
 - 5.41 产品概念设计流程
 - 5.42 从产品创意到产品概念
 - 5.43 工具，客户的一天。
 - 5.44 创新实战方法
 - 5.45 产品之魂，用户体验
 - 5.46 做产品的三个层级。
- 5.5 产品创新管理流程
 - 5.51 产品创新管理流程。
 - 5.52 课程总结与回顾。创新的三个导向，三个特点，两个实践。