

海尔营销创新增长及模式变革

课程背景：

海尔作为国内优秀的企业，其管理思维、管理方法、营销方法一直是其他企业学习的榜样。海尔从 1984 年的资不抵债，到现在的营收 3000 多亿，36 年的发展历程，海尔经历太多，海尔也为中国企业贡献了很多领先的管理思路和管理方法。从“日事日毕，日清日高”的 OEC 管理法，到 SBU，再到自主经营体，再到利共同体，直到现在的“人人都是自己的 CEO”的人单合一创客模式，海尔在不同的时代，贡献着优秀的管理思想和管理实践，值每一个想变得更好的企业进行学习和实践。

海尔的管理思想曾先后三次登上哈佛商学院的讲堂，其管理实践为国外企业所推崇，最新的人单合一模式，激活了很多国外的大企业，让大企业焕发了活力，GE、谷歌、丰田等企业有意愿在组织内推行人单合一模式，人单合一模式获得国际上的高度赞誉，哈佛商学院、MIT 等国外知名商学院把海尔的“人单合一”模式在国外做大量解读和分享，获得国外顶级教授的认可。

海尔以传统企业的身份，历经多次经济发展变革，通过营销创新、管理创新、产品创新、模式创新等不断适应时代发展需要，永立经济潮头。

如何学习海尔的创新精神？

如何像海尔一样准确把握时代的脉搏？

如何打造适应时代的企业管理方式和组织能力？

如何激活员工、激活组织？

如何通过管理变化，提升移动互联网时代的营销效果？

本课程以海尔作为核心案例，详细讲解海尔 36 年创业以来的管理变迁、营销变迁、以及工业互联网时代的“人单合一模式”理念和价值等，详细讲解海尔在不同时期通过管理创新和营销创新，不断推动海尔越来越好。

课程收益：

- 了解海尔集团每次战略调整的原因，深刻理解“没有成功的企业，只有时代的企业”；

- 详细讲解海尔创新创业精神，通过各种创新保持公司活力；
- 了解海尔组织创新和管理创新的底层基础和逻辑；
- 启发学员自己企业的创新变革

课程时间：1 天，6 小时/天

课程对象：企业董事长、总经理等高层管理者；企业老板等创业者。

课程特色：详细的案例讲解，干货呈现，实战性强，原汁原味的海尔实操理论和案例解读；

采用老师讲授+案例分析 +分组讨论的形式呈现课程内容；

课程大纲

前言：为什么要学海尔或者说学习海尔的什么？

第一讲：如何认识一个真实的海尔？

1. 海尔集团发展介绍
2. 海尔六大战略阶段解读：没有成功的企业，只有时代的企业
3. 海尔文化介绍：
 - 1) 海尔管理的起源；
 - 2) 海尔的管理观
 - 3) 海尔管理创新的思想基础

第二讲：管理篇—海尔管理发展变迁

1. 品牌战略阶段：创牌为目的全面质量管理
2. 多元化战略阶段：OEC 管理法，日事日毕，日清日高，奠定海尔 36 年强大执行力基础；
3. 国际化战略阶段：SBU 的流程再造

4. 全球化战略阶段：倒三角、自主经营体的管理创新

5. 网络化战略阶段：人单合一 1.0 模式

6. 生态品牌战略阶段：人单合一 2.0 模式

第三讲：创新篇—海尔创新增长

1. 品牌创新：海尔品牌矩阵打造；

2. 产品创新：冰箱爆品打造；

3. 研发模式创新：基于用户需求的产品研发；

4. 营销创新：顺应不同时代发展的营销模式创新；

5. 组织模式创新：支撑业绩快速增长的组织模式创新演进；

6. 管理模式创新：人单合一管理创新，激发员工潜能；

7. 服务模式创新：以用户满意度为核心的服务模式创新

8. 流程创新：高效、快捷的流程打造；

案例：海尔商城 3 年实现 120 销售额增长的模式分析

第四讲：营销篇—海尔营销发展变化

1. 海尔营销 1.0 特征：为产品找用户

2. 海尔营销 2.0 特征：为用户找产品

3. 海尔营销 3.0 特征：用户共创

4. 海尔营销架构规划

1) 营销 4P 内涵扩展；

2) 海尔营销的发动机：大数据营销

大数据营销战略规划

大数据营销四个认知

海尔大数据营销的 4 种应用场景；

5、海尔社会化营销操作

- 1) 日日顺的社会化营销规划；
- 2) 海尔物流的品牌营销宣传；
- 3) 自营销模式和机制搭建；

案例：海尔集团虚实融合模式打造，支撑千亿规模增长

第五讲：海尔创新模式如何在企业落地

- 1、 海尔人单合一管理模式的理论模型分析
- 2、 人单合一的底层逻辑

1) 人是目的

2) 激活员工

案例：海尔小微创客化案例

- 3、 海尔生态品牌的“三化”转型

1) 企业平台化

2) 用户个性化

3) 员工创客化

案例 1：三年上市的创客小微成长分析；

- 4、 人单合一的落地模型：飞轮模型

第五讲：总结篇

海尔管理变革和营销创新的启示

尾声