

《小米生态链解密——360度解读小米生态链》

【课程对象】 企业内部各个层级

【授课方式】 课堂讲授+互动问答+案例剖析+现场演练

【课程时长】 2天，6小时/天

【课程大纲】

第一部分——生态篇

第一章：抢跑IoT构建小米生态链

1. 从手机出发构建IoT
2. 打破常规的生态链投资团队
3. 打破常规的生态链团队选择标准
4. 打破常规的生态链构建模式
5. 集体智慧——让最懂的人决策
6. 生态赋能

第二章：竹林效应——小米生态链的底层逻辑

1. 小米生态链的底层逻辑——竹林生态
2. 小米与生态链的关系——互为价值的放大器
3. 小米与生态链的关系——兄弟企业
4. 小米对生态链企业的铁律——不保护落后

第三章：小米生态链的经营法则

1. 以军事理论为指导降维打击
2. 以小米速度保持先锋势能
3. 成功的源头理解经营本质
4. 用逆境倒逼生态链团队
5. 团队选择——杀鸡必用牛刀
6. 以平常心对待噪声
7. 回归商业本质——效率

第二部分——产品篇

第一课：小米产品打造的底层逻辑——战略设计

产品打造的源点是战略设计（方向不对努力白费）

1. 小米战略机会洞察
2. 小米战略手段设计——以什么样的手段抓住机会
3. 小米产品实现战略手段的三大路径
6. 小米三大路径背后的两大原则

案例：小米插线板

案例：小米床垫

第二课：小米产品打造的底层逻辑——行业本质

1. 洞察行业本质的意义
2. 如何洞察行业本质

案例：小米移动电源

案例：小米空气净化器

第三课：小米产品打造方法——小米如何为产品植入爆品基因

第一节：精产品——小米逆向打造产品之道

1.1 80%80%原则——小米打造产品的定海神针

1.2 单品突破——少精爆

1.3 极致性能——价值登顶

1.4 升维产品——升维思考降维打击

案例：小米手环

案例：米家电饭煲

案例：小米移动电源

第二节：尖设计——追求设计最优解

1. 三本主义——用户·美学·场景

2. 360 度极简——五大极简原因，一个极简铁律

3. 出位式极简——给设计一点维生素

第三节：超品质——竞品品质的顶点，小米品质的起点

1. 死磕细节——把自己逼疯，把供应链逼疯

2. 真材实料——挑战极致性价比

3. 炼狱式内测——让有产品洁癖的人吐槽

4. 魔鬼品控——杀鸡用青龙偃月刀

案例：小米插线板案例——再减掉 2 毫米

案例：小米移动电源案例——否决 2 万个样品

案例：小米手环——把食品级塑料用在手环上

案例：1MORE 耳机——使用 10 万元级音箱用振膜材质