

《小米超级创新——全景解密小米产品与模式创新》

【课程对象】 企业老板、总经理、市场负责人、战略负责人、研发负责人、产品经理等相关人员

【授课方式】 课堂讲授+互动问答+案例剖析+现场演练

【课程时长】 1天，6小时/天

【课堂要求】

分组研讨，按4-6人/组，现场学员呈岛状安排座位便于讨论；

【课程大纲】

第一部分：小米创新的底层逻辑

1. 小米创新的底层逻辑框架
2. 小米创新的顶层设计
3. 小米三大经营法则
4. 小米三大创新法则
5. 小米三大创新机制

第二部分：小米产品与模式创新的超级方法

第一课：小米创新的底层逻辑——战略设计

产品创新的源点是战略设计——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：小米产品与模式创新的底层逻辑——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
3. 如何洞察行业本质——用户任务
 - 3.1 破解增长黑箱，洞见增长背后的秘密
 - 3.2 如何洞察用户任务——工具方法框架
 - 3.3 以用户任务为中心的创新增长逻辑
 - 3.3.1 升维定义品牌，降维打击市场
 - 3.3.2 升维创新产品，降维打击市场
 - 3.3.3 升维市场运营，降维打击市场

爆发式增长案例：问世即爆红的海尔 T3 嫩烤箱

第三课：小米产品与模式创新打造方法——以极致用户思维为源点的产品打造

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