

《引爆利润-重构盈利模式》方案班

【课程背景】

随着经济下行压力的影响，从暴利时代到微利时代，再到今天的无利时代，中小企业生存空间越来越小，问题越来越多：

- ◆ **思维固化**：企业长期处于“重资产”运作模式，不知道如何增效减负；
- ◆ **竞品太多**：同质化竞争严重，不会打造爆品和产品布局，形成不了核心优势；
- ◆ **模式单一**：靠的是卖产品、赚差价的传统模式，盈利模式缺少创新；
- ◆ **库存量大**：大量的存货，导致账单周期比较长，现金流跟不上；
- ◆ **利润为零**：业绩遇到了瓶颈，利润空间越来越小，经营成本越来越高；
- ◆ **代理商生存难**：谈价格、谈筹码、要政策，终端销售难，销售团队没冲劲；
- ◆ **管理混乱**：团队成员年轻化，管理方式简单粗暴，管理难度大，内耗增加。

【课程收获】

- 1、掌握一套最新最实战的商业模式创新思维模式和落地方法；
- 2、确定企业核心竞争优势，清晰制定企业未来5-10战略规划；
- 3、打造超级爆品，建立产品矩阵，形成企业独一无二的护城河；
- 4、让企业做到零库存、零账期，创造源源不断的现金流；
- 5、提升企业的创新力，降低成本，快速倍增业绩，提升利润。

课程主讲：萧金城老师

课程时间：1-3天

【课程大纲】

第一模块 战略定位与顶层设计

- 1、发心：老板个人定位决定企业定位和未来的发展方向。
- 2、顶层设计：站在未来看当下的取舍，先胜而后求战的战略思维。
- 3、我的企业等于什么？什么等于我的企业？客户想起我的企业会想到什么？
- 4、领导者必备的二种能力：A、谋略（赢在顶层战略）；B、经营（胜在战术整合）。

第二模块 产品定位与爆品打造

- 1、品牌：名字、卖点、故事、广告语；VI设计优化；品牌背书；推广渠道。
- 2、市场：界定直接竞争对手、间接竞争对手、颠覆性竞争对手；区分样板市场、扶持市场、未来市场、风险市场。
- 3、客户：消费群体细分（好处、品质、价值、价格、服务）；用户画像；客户终身价值
- 4、产品：爆品打造、引流产品、利润产品设计、产品定位九大方法、定价六大法则。

第三模块 五大互联网思维

一、流量思维

- 1、如何以用户流量为中心，设计引流、截流、回流、财流的营销体系？
- 2、如何创造粉丝效应和病毒式传播，合伙人裂变，快速开发新市场和新客户？

二、极致思维

- 1、如何精准定位，打造极致爆品，建立产品的矩阵组合？
- 2、如何通过摆脱靠产品赚差价的模式，设计更多盈利点？

三、跨界思维

- 1、如何运用跨界思维，做到羊毛出在牛身上，熊来买单？
- 2、如何打通上下游及相关产业链，创造源源不断的现金流？

四、大数据思维

- 1、如何运用移动互联网思维，建立大数据和社交新零售体系？
- 2、如何打造终端盈利模式，帮助终端商户赚到钱，让客户省钱？

五、生态思维

- 1、如何做好企业定位，清晰制定未来 5-10 年目标规划？
- 2、如何提升企业溢价能力，资产增值，建立商业生态圈？

第四模块 招商不是卖产品，卖的是理念

招商定位：君临天下的霸气，运筹帷幄的信心，决胜千里的决心！

- 1、卖文化：使命、愿景、价值观一致，上下同欲者胜
- 2、卖股权：将公司作价分红股份，释放股权融资
- 3、卖未来：卖的不是现在，卖的是未来的回报
- 4、卖商机：卖的不是产品，卖的是一个投资的机会
- 5、卖模式：卖的不是产品，卖的是一个赚钱方案
- 6、卖资格：卖的不是产品，卖的是一个资格，资格里面包含着产品
- 7、卖地图：省、市、县、区、乡镇级别合伙人
- 8、卖会员：升级会员模式，通过极致的会员体验长期捆绑用户

第五模块 融资模式设计：融人、融钱、融资源

- 1、股权融资：通过释放股权融资，捆绑资源
- 2、投行融资：设计好商业计划书获得天使投资
- 3、资源融资：通过整合身边资源融资
- 4、上游融资：通过集采模式整合上下游
- 5、内部融资：通过鼓励内部创业实现内部融资
- 6、客户融资：将客户发展为用户合伙人模式融资

7、项目融资：通过整合项目、品牌溢价融资

8、平台融资：对接资本市场融资

第六模块 招商模式设计：招募商业合作伙伴

1、招商目标：年度、季度、月、单场目标制定及分解

2、招商市场：样板市场、扶持市场、未来市场、风险市场

3、招商客户：定位代理商客户、二级终端客户、消费者

4、招商产品：打造招商爆品、爆款引流、产品矩阵

5、招商模式：单品招商、项目招商、连锁招商、复合型招商、股权招商

6、招商政策：政策制定、奖励计划、奖惩机制

7、招商会销：招商会销策划、组织、执行

8、招商机制：代理商变成合伙人，捆绑长期合作

9、招商团队：团队打造、人才复制

10、招商帮扶：为二级代理商培训、赋能和帮扶，打通终端盈利

第七模块 十大盈利点设计，企业溢价增值

1、产品盈利：自营产品和相关产业链产品盈利。

2、品牌盈利：通过自有品牌优势整体输出盈利。

3、服务盈利：通过后期服务和长期服务盈利

4、资金盈利：预收款、押金、上下游资金流盈利。

5、方案盈利：赋能、复制，整体方案输出盈利。

6、广告盈利：为第三方服务的广告费盈利。

7、资源盈利：与第三方合作模式盈利。

8、数据盈利：通过互联网建立数据大平台盈利。

9、平台盈利：搭建合作平台，收取服务费盈利。

10、资本盈利：整合资源、融资，建立生态圈盈利。

第八模块 18种盈利模式设计