

国企转型旅游企业思维破局

课程交付：

- 1、了解文旅融合大背景下，高质量发展现状与路径
- 2、国企向旅游业转型的思维变革
- 3、国企转型文旅企业定位与策划

授课对象：国企中高管

时间：1天（6学时）

授课方法：案例分析法、行动学习法

课程大纲：

一、 宏观趋势分析：文化与旅游融合高质量发展

1. 文化与旅游业发展现状及行业导向
2. 文旅行业市场风向突变：消费下沉和消费升级
3. 行业信心大幅度提升

二、 传统企业向文旅企业转型思维方式

1. 文旅行业创新思维
2. 旅游服务带营销意识

3. 及时止损与前瞻性思维模式

三、 文旅项目市场洞察

1. 人群消费力评估的核心逻辑
2. 消费能力担当人群
3. 人群规模担当
4. 消费潜力担当
5. “需求”所需匹配的属性
 - 1) 选品，高复购 VS 高毛利
 - 2) 定位，纯故事 VS 纯体验
 - 3) 品牌，高识别 VS 高需求
 - 4) 品类，横向品类 VS 纵向品类
6. 多重维度聚焦的需求特征
 - 1) 人口特征——适应规则
 - 2) 消费特征——参考定价
 - 3) 场景特征——复购传播
 - 4) 心理特征——成交转化

四、 文旅项目产品设计

1. 战略层：产品目标，用户需求

2. 范围层：人性 5 种品质
3. 结构层：从抽象到聚焦
4. 框架层：从概念模型转成使用模型
5. 表现层：产品呈现体验

五、 文旅项目商业化决策

1. 水平思考与垂直思考差异
2. 决策矩阵法
3. 决策的可行性分析
4. 决策的具体化
5. 确定必要任务、职责及时限
6. 决策潜伏问题的分析
7. 建立问题分析与决策的良性循环
8. 如何断定决策实施成效
9. 建立执行成效偏失防范机制
10. 决策执行调整的方法

六、 文旅企业营销模式巨变

1. 超级个体红利带动营销
2. 全员营销拉动业绩增长

3. 景区二消产品拉动门票经济

七、 国有企业成功转型文旅企业案例分享