

## 企业战略地图

### 【课程背景】：

企业想要达到战略目标，但在经营过程中，却遇到各种问题。如何解决战略问题成为企业最关注的：

- 想要安于现状，轻松守住基业，却业务高度重叠，市场竞争激烈。
- 想要循序渐进，保持逐年增长，却政策行业波动，盈利能力回落。
- 想要一马当先，开创行业先河，却变革翻天覆地，发展一波三折。
- 想要版图外扩，下乡出海网络，却发现四处受阻，市场变幻莫测。
- 想要左右腾挪，盈利带来起色，却总是亦步亦趋，错过最佳时机。
- 想要推陈出新，产品跟新换代，却面临断档断代，造成青黄不接。
- 想要多多益善，加强外部合作，却发现贪功冒进，最终猴子捞月。
- 想要强强联手，做到珠联璧合，却实际劳神费力，前后天壤之别。
- 想要雷厉风行，全凭经验直觉，却可能意气用事，铸成企业大错。

### 【课时】：3天2晚

### 【课程收益】

- 1 清晰企业发展战略
- 2 明确企业未来发展方向
- 3 理清企业内部业务

### 【课程大纲】：

#### 一、国家环境下的企业战略取舍

- 1 如何迎合政治体制、适应执政方略与解读政策指引
- 2 如何了解经济结构、经济状态与经济发展
- 3 判断外部环境的开放程度、宽松程度与风险评估

#### 二、社会环境下的企业战略取舍

- 1 如何关注技术研发、效果实验与嫁接成果转化
- 2 如何理解主流文化、亚文化和文化传承的商业机会
- 3 如何抓住不同时期的人口红利和顺应商业的变化节奏

#### 三、行业环境下的企业战略取舍

- 1 如何判断行业变革的先决条件、必备条件和充分条件
- 2 如何找准时机搭便车，搭快车与追逐商业效率
- 3 如何在消费升级、消费降级与消费保级中择优胜出

#### 四、建立在调研基础上的市场分级

- 1 如何挑选出经济基础好、质量高和发展潜力大的目标市场
- 2 如何衡量竞争对手的市场支配能力、公司实力及业务能力
- 3 如何寻找消费体量大、贡献多、意愿强的利益蓝海

#### 五、建立在回报预期前提下的市场锁定

- 1 如何提前锁定市场宣发、投放、实施的推广定向
- 2 如何提前做好可预见、可操作、可控制的渠道布局
- 3 如何提前剖析业务范围、产品路径和成本利润

#### 六、建立在确保有效、高效启动下的市场方针

- 1 如何确立是采用高举高打、中规中矩还是脚踏实地的活动策略
- 2 如何确立企业价值、用户价值以及合作价值的三方共赢

3 如何确立价格策略的制定依据、发展导向以及处理方式

### **七、基于战略清晰指向的企业赛道聚焦**

1 如何在用户的生存、生活以及追求生命状态的范围内选择品类聚焦

2 如何在较为复杂的、比较常规的和相对简单的情况里做到场景聚焦

3 如何抓取用户的基本信息、社会信息、生活信息做到用户人群聚焦

### **八、基于战略清晰落地的企业产品聚焦**

1 如何从产品使用的前、中、后找出最刚需的用户痛点

2 如何从产品效能、利益和体验的不同角度里确立用户的衡量标准

3 如何通过类型参照、竞品剖析、独立思考将产品方案打爆

### **九、基于战略清晰变现的企业商业化聚焦**

1 如何规划出引流款、爆款、利润款的商品利益化链条

2 如何让产品带给用户猎奇、代入和炸裂心理引爆围观

3 如何根据人、时间和不同使用环境设计多种定价收入方式