

《战略规划三部曲之战略创新与应变实战》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

新技术不断涌现，消费者需求日益多样化，企业面临着前所未有的挑战与机遇。战略创新与应变能力已成为企业生存与发展的关键。本课程旨在帮助企业打破传统思维定式，培养战略创新意识与能力，掌握应对市场变化的战略应变方法，使企业能够在动态竞争中持续创新战略，保持竞争优势，实现可持续发展。

【课程收益】

培养学员的战略创新思维，敢于突破传统，积极探索新的战略模式与业务领域，为企业创造新的发展机遇；掌握应对市场变化的战略应变方法，能够快速调整战略方向与策略，降低企业经营风险，提升企业的市场适应性与竞争力。

【课程特色】

课程内容专注于战略创新与应变，引入创新理念与方法，通过大量实战案例与模拟演练，让学员在实践中掌握战略创新与应变的技巧与策略，提升应对复杂市场环境的能力。

【课程对象】

企业高层决策者、战略规划与研发人员、创新项目负责人等

【课程时长】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、企业战略基础理论回顾

1、经典战略理论框架

- 波特的竞争战略理论
- 三种基本竞争战略（成本领先、差异化、集中化）的内涵与应用条件
- 五力模型在分析行业竞争结构中的应用
- 企业资源与能力的识别与评估
- 基于资源优势构建竞争优势的路径

2、战略管理流程

- 外部环境分析（宏观环境、行业环境）的方法与要点
- 内部环境分析（企业资源、能力、核心竞争力）的内容
- 战略制定的各种方法（SWOT分析、波士顿矩阵等）
- 战略选择的评估标准与决策过程
- 战略实施中的组织架构、资源配置、企业文化等要素
- 战略控制的类型（前馈控制、同期控制、反馈控制）与方法

二、企业战略创新的内涵与驱动因素

1、战略创新的概念与特征

- 定义战略创新和对业务模式、价值主张、竞争方式等方面的全新塑造
- 分析战略创新的特征

2、战略创新的驱动因素

- 新技术（如人工智能、大数据、区块链等）带来的机遇与挑战
- 技术创新如何改变产业边界和竞争规则
- 新兴市场的崛起和传统市场的衰退
- 消费者需求升级（个性化、体验化、便捷化）对战略创新的要求
- 竞争对手的新战略举措
- 行业内的颠覆式创新竞争模式

三、企业战略创新的方法与途径

1、商业模式创新

- 商业模式的要素与架构
- 价值创造、传递和获取的逻辑
- 客户细分、渠道通路、客户关系等要素的创新方向
- 商业模式创新案例分析
- 分享不同行业成功的商业模式创新案例
- 剖析案例中商业模式创新的切入点和实施步骤

2、产品与服务创新

- 新产品开发的流程与方法
- 产品功能、品质、外观等方面的创新思路
- 服务设计与管理的创新
- 利用数字化技术提升服务质量和效率的方法

3、价值链创新

- 分析企业内部采购、生产、销售等环节的创新可能性
- 优化内部流程以降低成本、提高效率和质量的实践
- 供应商、合作伙伴、客户等外部价值链成员的协同创新
- 构建产业生态系统实现价值增值的战略

四、企业战略应变的原则与策略

1、战略应变的基本原则

- 灵活性原则
- 保持组织架构、决策流程等的灵活性
- 建立快速响应机制以应对突发变化
- 适应性原则

- 使企业战略适应不同的市场环境和变化速度
- 培养员工对变化的适应性和学习能力
- 前瞻性原则
- 通过市场预测和趋势分析提前布局
- 建立战略预警机制以察觉潜在变化

2、战略应变的策略

- 情景规划的概念与步骤
- 构建不同情景下的战略预案
- 识别战略调整的信号和时机
- 战略转型的类型（业务转型、市场转型、组织转型等）与实施要点
- 分析战略创新与应变过程中的风险类型（市场风险、技术风险、竞争风险等）
- 制定风险规避、降低、分担和接受等应对策略

五、实战案例分析与模拟演练

1、选取多个行业的企业战略创新与应变案例

- 详细分析案例中企业面临的环境变化、采取的战略创新和应变措施以及最终效果

2、模拟企业环境设定训练