

打造 CGO

—业绩增长法宝

【课程简介】

课程时间	2天（6小时/天）
授课对象	董事长/总经理
授课方式	公开课

【课程背景】

传统企业越来越难，业绩不升反降，一场疫情更是让很多企业举步维艰。是互联网的冲击，还是经济下滑的压力？其实，都不是，是我们自己没有真正的核心竞争能力。怎么办？不管顺流逆流，增长才是硬道理，解决问题的核心要先有一个人，这是人负责公司业绩的增长，这个人在企业是核心，他就是 CGO，首席增长官。他可以调动一起资源，使用一切办法，结果只有一个，就是企业业绩的持续增长，他是谁呢？

本课程就是详细剖析企业业绩下滑的原因，给出打造 CGO 的方法，找到业绩增长的“道、法、术、器”，并用大量案例、工具、实操、训练带领老板和管理者明确方向、找到方法、学会技术、掌握工具，从而提升业绩，做大做强！

【授课形式】

- 不是培训 是训练
- 不是讲授 是体验
- 不教知识 练技能
- 不教书本 练实战

【课程亮点】

- 课程类型：干货！干货！实战！实战！效果！效果！
- 课程设置：方法多、工具多，演练多、成果多！
- 学员收获：现场练习，现场辅导，听得懂、用得上、带得走、学得值。



课程大纲

第一讲：CGO 的业绩增长之道

——商业模式

一：时代变了，你变了吗？

- 1、传统企业的三个困惑
- 2、商业经历的三个时代
- 3、传统赚钱的三个方法
- 4、现在赚钱的三个模式
- 5、用户的三种变化
- 6、未来的三种公司
- 7、未来的三种老板
- 8、赚钱的三大市场
- 9、商业模式创新的四大思维

二、为什么要打造“CGO”？

- 1、什么是 CGO？
- 2、谁是 CGO？
- 3、怎么打造 CGO？

三：反向盈利的八大模式

- 1、简单有效的产品盈利模式
- 2、事半功倍的品牌盈利模式
- 3、四两千金的隐性盈利模式
- 4、无法复制的整合盈利模式
- 5、资源为王的垄断盈利模式
- 6、硬核门派的收租盈利模式
- 7、无限空间的金融盈利模式
- 8、百川归海的生态盈利模式

四：产品盈利模式——产品为王，不销而销

- 1、什么产品能活下来？
 - 1 差异化
 - 2 难模仿
 - 3 附加值
 - 4 满意度

【案例解析：迪士尼的产品是什么？】

【案例解析：贾国龙功夫菜如何引来餐饮的革命？】

【案例解析：大自然地板如何用产品战略获得行业第一？】

- 2、如何做产品定位？

- 1 如何找到一个词占领客户心智？
- 2 如何做到“1米宽，100米深”？

【案例解析：奔驰、宝马和奥迪的产品定位有何不同？】

- 3、产品布局——不要输在起跑线
产品不都是用来卖的，进销差价盈利已经过时
 - 1 如何找到机头产品？
 - 2 如何找到机身产品？
 - 3 如何找到机翼产品？
 - 4 如何找到机尾产品？

【案例解析：麦当劳和好利来的产品战略有何不同？】

- 4、如何设计流量产品？
- 5、盈利产品有哪三种组合？
- 6、互联网时代如何赢得市场？——爆品战略
 - (1) 打造爆品的金三角法则
 - 1 如何找到客户的痛点？
 - 2 什么是产品的尖叫点？
 - 3 什么是产品的引爆点？
 - (2) 爆品的三个层次是什么？
 - (3) 如何找到客户的一级痛点？

【案例解析：优衣库是如何找到客户一级痛点的？】

- (4) 如何引爆市场？
- (5) 为什么未来是爆品总裁的时代？

【案例解析：某制造企业如何做产品布局并打造互联网营销系统的？】

第二讲：CGO的业绩增长之法

——品牌盈利模式之网络营销

- 一、传统企业适合做网络营销吗？
- 二、为什么网络营销做不好？
- 三、传统企业转型互联网的五大误区是什么？
- 四、如何用全网营销的四大系统突破业绩？
 - 1、**策划系统**（如何找对网络营销方向？）
【案例解析：1亩水稻如何买到27000元？】
 - 2、**推广系统**（如何带来更多流量？）
 - 1 如何带来更多流量——矩阵营销的五大流量入口
 - 2 如何让你的推广效果增加20倍？——搜索引擎推广
 - 3 新媒体如何推广？——字节跳动系推广解析
 - 4 如何用抖音获得千万公域流量？

- 5 抖音的八大功能你知道吗？
- 6 抖音的六大赚钱模式是什么？

【案例解析：微淼商学院如何 2 年做到 72 亿年营业额？】

- 3、转化系统（如何将流量转化为成交？）
 - 1 如何将流量转化为咨询量？——营销型网站如何设计？
 - 2 如何将咨询量转化为销量？——全网覆盖模式
- 4、裂变系统（如何让裂变客户并让其变成你的经销商？）
 - 1 十大客户裂变模式

【案例解析：一个高档水床如何一年业绩翻 6 倍？】

- 2 客户裂变的 7 大工具

【案例解析：奔驰品牌是如何进入你的内心的？】

- 3 如何让你的客户变成经销商？

五：传统企业的四大颠覆

1. 今天的做大是把用户数做大；
2. 今天的做强是把渠道方做强；
3. 今天的转型是盈利方式的转型；
4. 今天的升级是盈利能力的升级。

第三讲：CGO 的业绩增长之术

——4T 运营系统

一、你的企业有这些困惑吗？

1. 为什么战略难落地？
2. 为什么目标总放弃？
3. 为什么员工不执行？
4. 为什么人心难凝聚？

二、问题的核心-缺乏运营管控系统

缺乏运营系统导致：

1. 目标不清晰
2. 分工不明确
3. 计划不具体
4. 结果不可控

三：什么是 4T 运营系统？

- 1、什么是运营？-运营就是从计划到结果的过程管控
- 2、运营有什么用？-运营是战略执行的保障系统
- 3、运营的目标是什么？-运营的最高境界是自运营
- 4、什么是自运营？-以利润为核心，自发、自动、自觉的执行系统

四：如何用 4T 自运营系统解决问题？

1. 战略要分解，计划要具体
2. 架构要合理，职能要落地
3. 分工要明确，职责要清晰



4. 指标要量化，结果要定义

训练：

- 1、 如何把公司年度计划分解到季度和月度？
- 2、 如何把公司月度计划分解到部门？
- 3、 如何把考核变成简单、高效、激励员工的工作？
- 4、 如何根据目标制定 4T 月计划？
- 5、 如何召开高效的 4T 质询会，保证战略目标的实现？

【案例解析：某制造企业战略分解表解析】

【现场演练：如何召开质询会？】

第四讲：CGO 的业绩增长之器

——5R 执行工具

如何建立结果思维，找到工具方法，打造一支信守承诺、结果导向、使命必达的执行铁军？

一、R1 结果定义

1. R1 结果设定（门向拿开，人往哪儿走）

解析：结果设定决定了行为起点

管理者要养成事前定义做结果的习惯

2. 结果设定的原则、作用及方法。

- ① 原则：事前定义做事的结果
- ② 作用：结果一致，下属主动
- ③ 方法：凡事都先问结果设定是什么？

二、R2 责任锁定

不是没人承担责任，而是责任没有锁定。

1. 责任锁定的原则
2. 责任锁定的终极目标：
人人头上有指标，千斤重担人人挑。
3. 责任锁定的原则、作用及方法。

案例：【街头求救】

解析：管理逻辑，明确一对一责任，而非一对多责任。

三、R3 节点检查

你重视什么就检查什么，结果是检查出来的

1. 案例分析：R1+R2 低手论对错，高手论得失
2. 节点检查的核心和目的
3. 用规则来管理公司：
怎么开洋葱会议？

案例：【香港廉政公署】

解析：人们不会做你希望的，只会做你检查和考核的

越相信谁，就检查谁；处罚不能代替检查。

四、R4 即时激励——**奖惩时效不保，员工怨声载道？即时激励，凝聚团队，点燃动力！**

奖惩不过夜，等待会产生仇恨

1. 即时激励的核心要点
2. 即时激励的四个关键：
 - ① 品牌分
 - ② 红黑榜
 - ③ 做看板
 - ④ 仪式感

案例：【希波克拉底誓言】

五、R5 改进复制

将个人天赋与经验标准化

1. 改进复制的核心要点
2. 工业化复制对企业生命力的重要性

工具：【改进表】

如何解决事前推脱，事后甩锅？——**YCYA 铸造执行铁军，言必行，行必果！**

六、秘密武器——**YCYA 承诺工具**

1. YCYA 工具讲解
2. 参考案例，现场实操训练
3. YCYA 工具：“水果基金”如何在管理中应用
4. YCYA 操作的要点

训练：【YCYA 表格及话术】

七：执行超级武器——看板工具

1. 如何做正误看板？
2. 如何做改善看板？
3. 如何做流程看板？
4. 如何做计划看板？
5. 如何做梦想看板？

【案例解析：“日本丰田”的看板管理是怎么做的？】