

使命必达

——战略落地实操

【课程简介】

课程时间	2天（6小时/天）
授课对象	总裁/中高层
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？目标难以实现，业绩不涨反降，到底是战略问题还是战术问题？到底是行业问题还是产品问题？到底是模式问题还是团队问题？其实，都不是，是我们自己没有真正的战略落地能力，没有保障目标实现的系统！

很多企业不是没有战略，而是有战略没有梳理清楚；

很多企业不是没有目标，而是有目标没有分解到位；

很多企业不是没有模式，而是有模式没有竞争优势；

很多企业不是没有团队，而是有团队没有执行系统。

怎么办？我们应该请教中国的传统文化了。

中国传统文化博大精深，总结出来就是“道、法、术、器”，这四个字不但贯穿于华夏文明的五千年历史，也可以指导现代企业的经营和管理。

1、道——宇宙万物的规律，即“天道”，是最终的真理，囊括整个世界和宇宙的自然法则，只可认识不可更改。

2、法——策略、方法，正如内功心法，易筋经、九阴真经、九阳真经，当然很多是术法结合，心法加招式，这个组合显然更强。

3、术——具体的技术，就像武侠的招式。

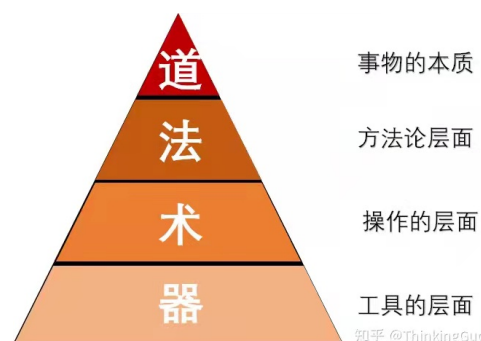
4、器——工具，武器

业绩增长其实就靠这四个字，掌握了这四个字就可以不战而屈人之兵。

在企业中，这四个字是这样的：

1、道——战略、方向，即远景、使命、价值观、业务方向、核心竞争力等

2、法——商业模式，包括产品模式、盈利模式等



- 3、术——技术，包括研发生产技术、运营管控技术、团队打造技术等
- 4、器——工具，包括设备、流程、表格、话术、模板等

本课程就是详细剖析企业战略无法实现、目标无法达成、业绩不增反降的原因；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梳理战略目标、分解行动计划、搭建管控系统、掌握营销工具，从而提升业绩，使命必达！

【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：业绩增长之道

——战略梳理

一：什么是真正的战略？

- 1、如何用公司远景吸引人才和加盟商？
- 2、如何用公司使命留住人才和合伙人？
- 3、如何用公司核心价值观打造铁军？

4、如何用三层业务链让企业经得起风浪？

【案例解析：世界第一餐饮公司的战略是怎么定的？】

二：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、产品战略——不要输在起跑线

- 1 如何找到是机头产品？
- 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？】

二：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？

三：战略落地——如何制定年度目标？

1、年度目标的十大维度是什么？

2、年度目标确定的四大流程怎么操作？

3、年度目标计算的公式是什么？

4、实现目标的行动措施如何提炼？

【现场实操：如何提炼行动措施？——头脑风暴会实操】

第二讲：业绩增长之法

——4T 运营执行系统

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 自运营系统？

- 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
- 5、自运营的四大表现：
 - 企业自动运行
 - 团队自觉执行
 - 老板自由出行
 - 业绩自然很行



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、 如何根据岗位职责提炼 KPI？
- 4、 如何根据目标制定 4T 月计划？

案例：【某制造企业战略分解表解析】

五：请给我结果—如何打造团队执行力？

1. 不做结果的三个根源是什么？
2. 什么是执行的四大假相？
3. 什么是九段秘书、九段销售、九段总裁？

六：怎么才能做出真正的结果？—超级执行工具

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？】

七：5R 执行工具

1、R1 结果定义

- 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：把工作安排变成结果定义

2、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
- 3 责任锁定的作用及方法。

3、R3 节点检查

工具：如何建立公司的五级检查体系

4、R4 即时激励——奖罚时效不保，员工怨声载道？即时激励，点燃动力！ 奖罚不过夜，等待会产生仇恨

即时激励的四个方法：

- ① 品牌分
- ② 红黑榜
- ③ 做看板
- ④ 仪式感

【现场练习：如何建立团队使命感？——希波克拉底誓言】

5、R5 改进复制

【工具练习：改进表】

八、秘密武器——YCYA 执行工具

【工具训练：YCYA 表格及话术】

第三讲：业绩增长之术

——营销模式

一、什么是新零售？

【案例解析：盒马鲜生如何盈利？】

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亩水稻如何卖到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？

第四讲：业绩增长之器

——团队打造系统

第一部分：如何设计激励机制？

——科学有效的绩效管理系统

一、绩效管理能提升业绩吗？——业绩提升游戏

二、为什么杰克·韦尔奇说“绩效管理是最好的管理手段？”

【案例分析：这个公司的考核为什么形同虚设，变成了人情打分？】

三、绩效考核和绩效管理有何本质区别？

四、全面绩效考核实操工具

1. 基于素质的绩效考核——KCI
2. 基于行为的绩效考核——GS (YCYA)
【实操：日常考核工具 YCYA 如何应用？】
3. 基于结果的绩效考核——KPI

五、如何把 KPI 考核做出真正的效果？——KPI 实操演练

1. KPI 是什么？
2. KPI 的从哪来？
3. 提炼 KPI 三部曲——职责分析法
4. 如何确定指标、标准和权重？
5. 如何制作有效的绩效考核表？
【实操：绩效考核表如何设计、填写和计算？】

六、如何设计有激励性的薪酬体系？

第二部分：如何复制冠军？

——营销工业化

一、什么是营销工业化

二、总裁如何做营销？

三、如何用工业化打掉对能人的依赖？

四、“5F”营销工业化让业绩倍增

1. F1 – 接触 无限接触客户，就没有竞争对手
【工具：接触客户工具表】
2. F2 – 投资 卖产品不如卖自己，卖自己不如卖未来
【工具：批量成交客户三大方法】
3. F3—感恩 不是搞定客户，而是感动客户
【工具：让客户忠诚的秘密】
4. F4—分享/共享 打造分享环境，团队几何成长
【工具：团队快速成长四步法】

5. F5—成功激励 教会大量徒弟，师傅更加成功！

【工具：师带徒机制设计】

工业化宝典—像训练军队一样训练团队！

【案例：大自然地板是如何复制销售员和经销商的？】

【工具：店长日常管理手册】

【工具：导购员日常操作手册】