

精益创新方式：怎样快速开发、迭代新产品？（工作坊）©

（版权课程）

（主讲：创新老刘 常驻：上海）

【为何学习】

在极度过剩的今天，成本高、订单少、招工难、同类产品替代产品太多、价格战激烈都已经成为常态，并且会越来越严重。

在这样的情况下，企业唯有不断创新、开辟蓝海，才能生存下去、获取更多的利润。

在快销行业等等领域，其产品开发有其特殊性。由于各种能够想到的需求都已经基本满足，客户自己都不知道自己想要什么。因此，很多时候不能用一般的创新方法，从需求、痛点调研入手来进行。本课程基于溯因逻辑，重点讲解创意驱动型创新的技巧和适用工具。

新消费、新品牌、网红产品、爆款产品……

日本是创新大国，我们身边的许多创新型产品，都是日本的创造：卡拉 OK、丰田生产方式、随身听、CD 光盘、快递服务、二维码、红白游戏机、银行 ATM 机、5S、卫星电视服务、智能马桶盖、半导体收音机、报联商、特丽珑电视机、

3.5 英吋软盘、自动贩卖机、锂电池……

精益创新方式是日本长期以来形成的创新方式，上述产品、服务、管理系统即是其成功案例。只不过日本企业做得多，说得少。目前的系列课程是刘老师当初与本部的老师一起总结、开发的。

课程内容也适用于企业、任何组织的其他领域，例如管理、销售、文案策划等等。

作为员工基本技能，本课程适合全体员工学习，尤其适用于 90 后员工。

【课程亮点】

- 1、本课程集日本几十年创新实践的精华，帮助企业能够低投入、快速地开发出畅销产品，使企业能够避开红海，开拓高收益的蓝海新天地，在激烈的市场竞争中立于不败之地！
- 2、日本式创新，不要求乔布斯那样的天才，而是能够让员工人人可以参与，因此容易落地、实战。本课程主要讲授创新流程、工具，从而能够为企业培养一大批具有创造力的创新型骨干人才，成为企业的赢利型人才。
- 3、根据课程设定、学习时间，掌握 20 种左右解决问题与创新创意工具。

【培训收益】

- 1、理解创新的本质、类型及各自的应用场景。
- 2、了解日本精益创新方式的“创造价值”的特色及成功秘诀

- 3、深刻理解企划的地位及重要性
- 4、理解创新矩阵并以此深刻领会不同创新类型的重点难点注意点。
- 5、深刻领会创新难点的分析与解决方式、创新矩阵，并由此建设创新型企业的组织结构、企业文化。
- 6、理解创新矩阵、创新罗盘，并以此深刻领会四种创新路径、各自步骤。
- 7、了解人的思维机制，架起新思维的桥梁，以此大量制造有效创意。
- 8、掌握创新各阶段的常用工具，尤其是创意阶段的一定数量的工具，大量制造创意。
- 9、为培养、管理 90 以后的新生代员工提供方法。

【课程对象】

- 1、传统企业、创业型企业
- 2、企业经营者、中高层管理人员、储备干部
- 3、一般员工
- 4、产品研发、设计部门、产品经理及项目组成员

【课程时间】 2天（12小时） am 9：00～12：00 pm 14：30～17：30

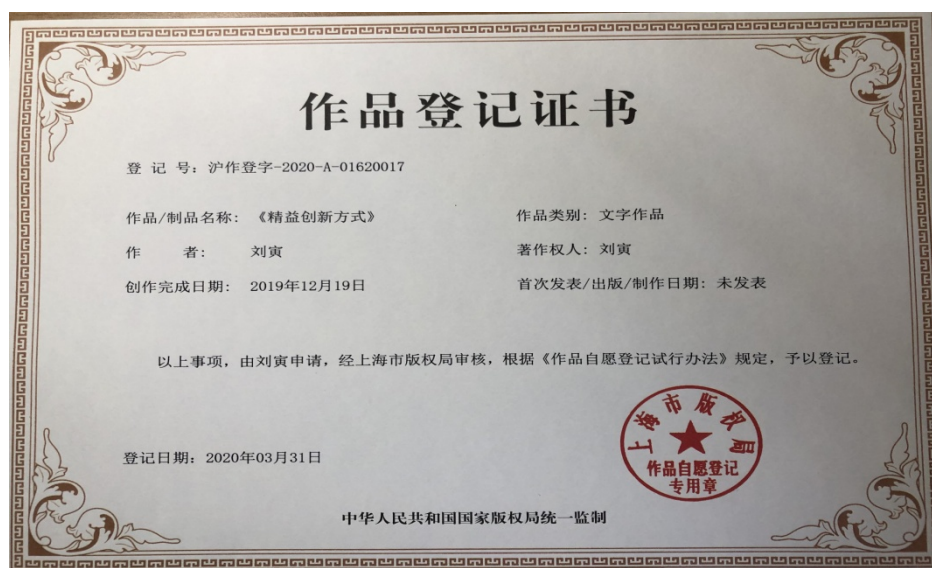
【授课方式】 讲师培训+讨论互动+提问解答+案例分析+课后训练等

【课程工具清单】

创新矩阵、创新罗盘、课题文、问题定义文、用户体验地图、需求列举法、同理心地图、群族地图、机会推演表、故事板、BW法、宠物法、仿生法、检表法、暗喻法、曼陀罗法、人性检查表、未来趋势检查表、高科技推演表、亲和图、评选矩阵

【备注】

- 1、课程内容、各模块内容视学员课题、课堂情况、学员要求进行调整。
- 2、本课程目前是国内唯一的课程，受版权保护，并且教学内容已经多次升级、迭代。



【课程大纲】

第一模块 前言

25 例日常生活中的日本创新

第二模块 创新的《葵花宝典》：精益创新方式

一、创新的定义

熊彼特的定义

精益创新方式的定义

大定义、小定义

二、创新的要素

价值与创意

创新的重点和难点

三、创新的类型与创新矩阵

价值驱动（1~N）型创新、创意驱动（0~1）型创新

创新矩阵

问题讨论&工具演练：以下四个案例分别属于哪个象限、使用了哪种类型的创意工具？

两种创新类型的相关工具

两种创新类型的不同特征

两种创新类型与企业发展战略、市场战略的关系

视频：乔布斯论产品开发的技巧

案例分享&互动思考：乔布斯究竟说了什么？

科研的价值

科研与创意驱动型创新的关系

四、创新的流程与创新罗盘

创新的三大阶段

创新三阶段与技术的关系

创新三阶段与创新流程

创新流程与两种类型创新的关系

TRIZ、IPD、ISO56002、蓝海战略的不同流程与各自的创新类型

创新流程的重点与创新罗盘

五、日本精益创新方式的特征与价值

精益创新方式的四大特征

精益创新方式的价值

第三模块 企画

一、团建

团建游戏

问题讨论&工具演练：生活轨迹图、团队契约、团队海报演练

二、创新的思维能力与创新人才

所谓T型人才与π型人才

三、企画的定义

四、企画

确定工作坊主题：开发一款新饮料

案例分享&互动思考：工具强制关联法案例：八桥、宇宙飞船

案例分享&互动思考：工具宠物关联法案例：热带鱼

问题讨论&工具演练：请使用工具假想状况设定法、缺点列举法、宠物关联法
为公司企画一款新产品

问题讨论&工具演练：请使用工具主题文，确定创新课题

五、企画的重要性

- 1、什么是企画？
- 2、企画在新产品开发中的作用与地位是什么？
- 3、谁来做企画？
- 4、什么时候做企画？
- 5、怎样做企画？

制造业高质量发展路线图

第四模块 开发

一、开发的定义

二、垂直思考法与开发

马斯克：第一性原理

前苏联：TRIZ

问题分析解决：丰田问题解决、麦肯锡问题解决

精益创新方式：升维法、换轨法

三、水平思考法与开发

案例分享&互动思考：工具仿生学法案例：抓娃娃机、回转寿司、我的布丁、生八桥等

问题讨论&工具演练：请使用工具仿生学法、隐喻法完成开发工作

四、开发与企画的关系

- 1、铁则
- 2、秘诀
- 3、技巧

第五模块 实施

一、实施的定义

实施的基本内容

迭代

二、迭代的内涵与重要性

视频：乔布斯论产品开发的技巧

案例分享&互动思考：乔布斯究竟说了什么？

案例分享&互动思考：工具检表法案例：星巴克、油炸饺子皮、太阳城马戏团等

问题讨论&工具演练：请使用工具狩野法、奔驰检表法、系列法，对喜茶、北

京烤鸭进行迭代

案例分享&互动思考：工具系列法案例：山药泥、米饼等

问题讨论&工具演练：请为旺旺雪饼开发一个中国特色的产品系列

问题讨论&工具演练：请使用工具狩野法、奔驰检表法、系列法，对公司产品进行迭代

第六模块 小结与课后延伸

一、课程小结

二、综合练习

问题讨论&工具演练：请使用课程知识开发一款创意吉他

三、课后延伸

- 1、阅读练习
- 2、开发练习
- 3、内训练习

四、临别赠言