

第22周视频笔记思维导图-1

强大企业模型之强大的团队

为什么要有团队

创造企业是一个系统工程，靠一个人的力量是不可能成功的

创造一个企业，其实就是要创建一个团队

什么是团队

★ 有着共同的使命、愿景、价值观、纪律，为了实现某个愿景而相互协作的一群人

团队的4个必要条件

团队长

共同的文化

互补的技能

清晰的组织架构

① 好的团队长

如果你不是好的领导者，就无法建立强大的团队

② 相同的核心价值观

★ 核心价值观是企业文化的核心，也是选择团队成员的依据

强大的团队必须保证核心价值观的统一

找人要依据核心价值观

考核要依据核心价值观

晋升要依据核心价值观

奖励要依据核心价值观

建立1支强大的团队

③ 合适的团队成员

核心团队构成

首席产品官CPO

首席营销官CMO

首席执行官CEO

首席运营官COO

首席技术官CTO

首席人力资源官CHO

首席财务官CFO

创业期最关键的2个角色

核心团队要求

价值观一致

技能水平是该领域的TOP5%

创始团队成员要靠领导者吸引来

★ 如果领导者吸引不到一两个核心团队成员，就不要开始创业

核心团队的人是对的，很快一只队伍就能起来

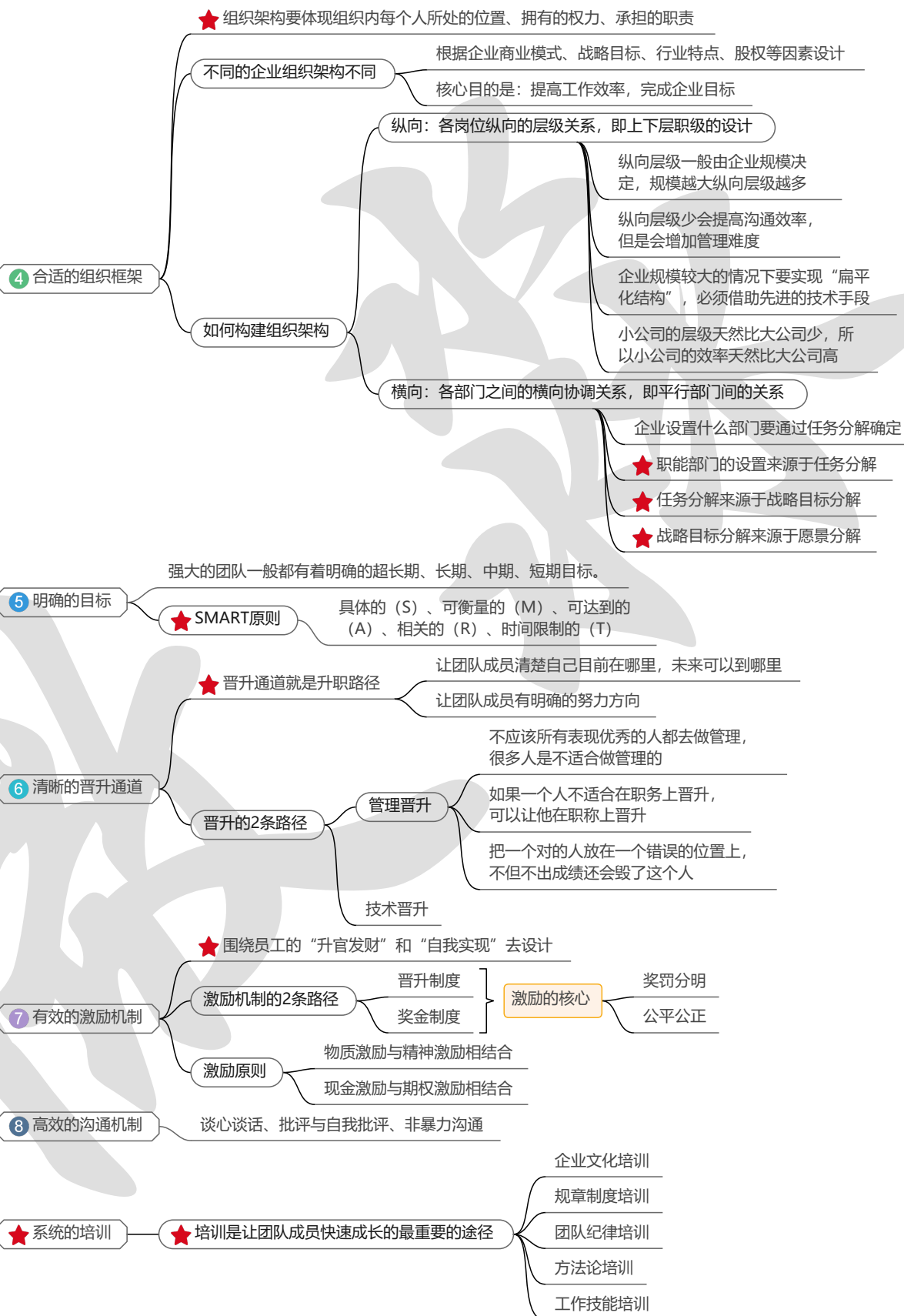
核心团队成员强，整个队伍就会强

让乌合之众成为铁军的唯一方法就是把领导者和核心团队换成优秀的人

第22周视频笔记思维导图-2

强大企业模型之强大的团队

建立1支强大的团队



第22周视频笔记思维导图-3

强大企业模型之好的商业模式

商业模式就是你的赚钱模式

1 客户模式

① 找到客户需求

决定企业的成败

很多人创业失败就是因为没有找对用户需求，将伪需求看作需求

判断用户存在什么真正的问题？

打车难 → 滴滴

地铁步行回家累 → 摩拜单车

有严重的财务问题 → 微淼

决定企业的最终大小

② 判断客户规模

越多人存在一样的问题，用户规模就越大，市场机会也越大

市场规模就是企业发展的终极天花板

2 产品模式

① 要能解决客户的问题

要能解决用户的问题

产品就是客户问题的解决方案

不能解决用户问题的产品是垃圾

② 客户体验要好

在能解决用户问题的基础上，用户体验越好就越有竞争力

如何解决用户体验

产品要使用简单、好用、有趣

最小可行性产品模型

以最小的成本做出能基本解决客户核心问题的产品

3 推广模式

一种能把你的产品源源不断地卖给客户的方式

① 获客模式

1、付费广告；2、经销商；3、自媒体；4、裂变；5、地推

② 转化模式

转化模式就是产品价值的展现模式

让客户最大化的感受到产品的价值

③ 转介绍模式

重点是要提高产品力

4 盈利模式

① 高净利率(毛利率)模式

产品好，有强大的议价能力

② 高周转率模式

薄利多销

③ 高杠杆模式

靠别人的钱来增加自己的收益

第22周视频笔记思维导图-4

强大企业模型之好的商业模式

分析上市公司就是分析它的商业模式

- 解决同一个问题，可能会有不同的产品
- 同样的客户和产品，推广方式不一样
- 同样的客户、产品、推广方式，不同的盈利模式

好的商业模式

两大核心要点

- ① 高效率的为大规模客户创造价值
- ② 长期持续赚很多钱。

5个关键点

- ① 规模
规模指客户规模，市场规模
- ② 价值
价值指产品为客户创造的价值
- ③ 效率
效率指商业模式为客户创造价值的效率
- ④ 赚钱
赚钱指商业模式的赚钱能力
- ⑤ 持续
持续指赚钱能力的持续性

护城河模型

文化优势

主要看使命、愿景和核心价值观。

品牌优势

品牌能否构成护城河看品牌是否有定价权

独特资源

- 独特的配方
- 独特的工艺
- 独特的地理位置
- 特许牌照
- 专利
- 强大的渠道
- 矿产等

效率优势

- ① 人均营收、人均净利润、人均薪酬高于竞争对手
- ② 采购成本、获客成本、销售费用率低于竞争对手
- ③ 产品或服务的客户满意度高于竞争对手

强网络效应

产品用的人越多越好用，越好用，用的人就越多

高转换成本

用户更换其他产品会增加高昂的成本