

Mid-Pre: Case Analysis of ZOOM

Group 2

ZiyeLiu, YuweiMao, ChengShi, BoYang

September 13, 2020

Overview

- 1 Zoom's Strategy
- 2 Macro Trends/ PESTEL
- 3 Industry Analysis
- 4 Resource and Capabilities

Resource and Capabilities I

a. What resources and capabilities that make Zoom so successful even before the COVID pandemic? (VRIO Framework)

Resource	V	R	I	O
企业文化	True	True	True	True
人力资源	True	True	True	True
市场决策	True	True	False	False

Table: VRIO Sheet Before COVID

① 企业文化

- V True

- "Deliver Happiness" 从 CEO 传递到客户和员工，整体是一个正向反馈。
- "Care" 使公司上下人员更有归属感。

- R/I/O True

② 人力资源

- V True
 - CEO 的独特经历, 了解 webex 不成功的原因, 以及拥有很多用户反馈数据, 知道该产业核心痛点。
 - 拥有具有强烈归属感以及使命感的优秀员工, 全员自主热心销售推广。
- R True CEO 的经历独特, 稀缺。
- I True
- O True 企业拥有良好的正反馈制度, 以保证员工的个人价值发挥到最大。令企业获取更高的效益。

③ 市场决策

- V True
 - 洞察力与前瞻性
 - 注重用户体验
- R True
- I False
 - 互联网公司, 所有决策很容易被模仿, 例如免费体验等措施。
 - 用户体验的交互设计提升与模仿都很容易

Resource and Capabilities III

- **O** False

b. What has Zoom been more effective than rivals during the pandemic ?

Resource	V	R	I	O
企业口碑	True	True	True	True
精准定制	True	True	False	False
公司政策调整	True	False	False	False

Table: VRIO Sheet During COVID

① 企业口碑

- **V** True 之前就有较好的口碑，疫情期间的用户选择倾向较高。
- **R/I/O** True

② 精准定制

- V True
 - 在疫情期间，满足大型公司企业学校等机构的功能要求，迅速做出改变软件
 - 扩大和大型公司企业合作

- R True

- I/O False

③ 公司政策调整

- V True 免费政策推广，使得更多人愿意使用，前期大量的扩展市场。
- R/I/O False

Resource and Capabilities V

c. Will they be able to keep up the rate of development after COVID ?

Resource	V	R	I	O
品牌依赖度	True	True	False	False

Table: VRIO Sheet After COVID

① 品牌依赖度

- V True

- 增加了企业对于线上办公教学的依赖度，使得产品销售额增加
- 将品牌 IP 由软件转换至硬件，扩大市场（已购入硬件，将持续使用，即使疫情结束）

- R True

- I/O False