

实验安排 – 商业模式设计

【实验组织】：参照之前的文档

【实验内容】：

(2) 商业模式设计（截止时间北京时间 2021.11.12 日晚 20:00）

- 1) 在该阶段，每个小组沿用上次提交的商业模式画布（不允许更换主题，**只允许组长一人提交，可将组员作为协作者加入**），使用教材讲述的六种设计方法，即客户洞察、构思、视觉化思考、模型构建、讲故事、场景，展开商业模式设计
- 2) 结果文档（**必须使用 pdf 格式**）：**所有内容请用一个文档来承载（首页要注明小组成员与度量数值）**，文档本身需要一段简介来描述本阶段工作的概要与内容框架，六种设计方法的产物作为本文档的六个章节逐一描述。以下是对六种设计方法产物的具体要求：**（1）客户洞察**：至少两个典型客户群体的移情图（实践中一般为 3 到 5 个）与相关分析说明，需要包含客户针对产品的看、听、想与感受、说与做、痛点、收益六个部分；**（2）构思**：至少三个候选商业模式创意（实践中一般为 5 到 8 个），以及最终确定的商业模式创意（筛选或整合得到），每个候选或确定的创意需包含驱动因素、“如果...会怎样”问题、以及创意对整个商业模式画布的影响；**（3）视觉化思考**：**一张视觉化的商业模式画布（参考教材 147 页）与相关分析说明，画布应源于一同提交的视觉化讲述商业模式的作业，建议有进一步的改进**；**（4）模型构建**：更新过的商业模式画布与相关分析，需包含粗略的市场潜力预估、画布中各个模块之间的联系、以及支撑画布构建的基本事实（相关调研报告与新闻报道）；**（5）讲故事**：围绕（4）中的画布编写至少一个源自大作业团队（公司）视角的故事，以及至少两个源自客户视角的故事，故事中需指明与画布中模块的对应关系；**（6）场景**：针对（5）中的客户视角故事设置客户与产品交互的场景，需体现出客户如何了解并评估产品、购买并获得产品、与产品交互、以及产品售后、客户对产品的评价与再次购买，**建议突出场景与客户的连接（场景 IP+场景分发）**。
- 3) 要求：**（1）本次作业构建的商业模式必须源于上一次作业，允许有 20% 以下的内容调整**；（2）本次作业需要体现出细致的产品设计，不可泛泛而谈；（3）六个设计方法的产物在内容上要一致，六个章节之间需要通过文字描述进行逻辑上的起承转合；（4）文档排版清晰整洁，行文流畅可读性强，满足度量数值的要求；（5）内容设计与分析有深度。以上五点如有任何一点出现严重问题，扣除本阶段 30% 的分数。
- 4) 度量数值：客户洞察部分的移情图不得少于两个，建议三个以上；构思部分的候选创意不得少于三个（不包含最终确定的创意），建议五个以上；模型构建部分更新的画布内总要点数量不少于 30 个，关联关系不少于 15 个，引用的调研报告和新闻报道不少于 10 篇；讲故事部分的故事数量不少于三个，建议四个以上（至少一个公司视角故事，客户视角故事与移情图数量一致）；场景部分要点不少于 6 个（了解并评估、购买、获得、交互、售后、评价与可能的再次购买）。