

# 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】：

## (3) 商业模式设计（截止时间北京时间 2024.5.30 日晚 20:00）

- 1) 在该阶段，每个小组遵循前两次作业所完成的选题与蓝海战略探索，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，建议保持简略），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（**！请在作业中明确标注上传至 B 站的视频链接！**）；**(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（**可引用上次作业的相关内容**）；**(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**至少一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（**务必注意故事的真实性**）；**(6) 场景**：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（设计多个用户“交互点”）**。
- 3) 要求：**(1) 本次作业构建的商业模式必须源于之前作业的选题，并与蓝海战略探索一致**；**(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；构思部分的候选创意不得少于三个；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；讲故事部分的故事数量不少于两个（至少一个公司视角故事，**客户视角故事要源自两个移情图中的一个**）；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），**并简要论述场景的独特性（与其它竞品相比）**。