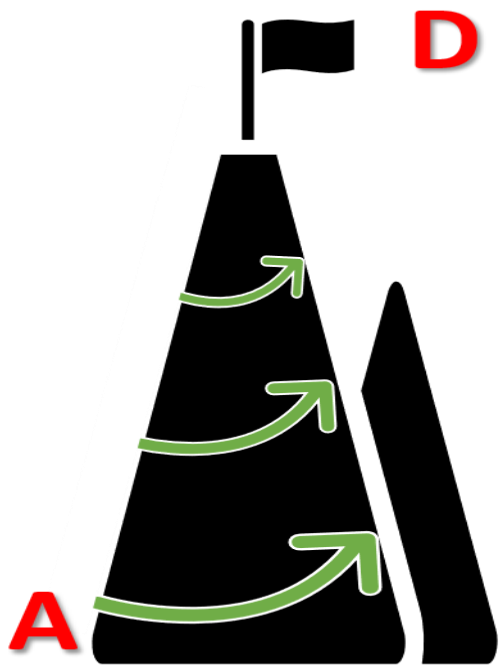


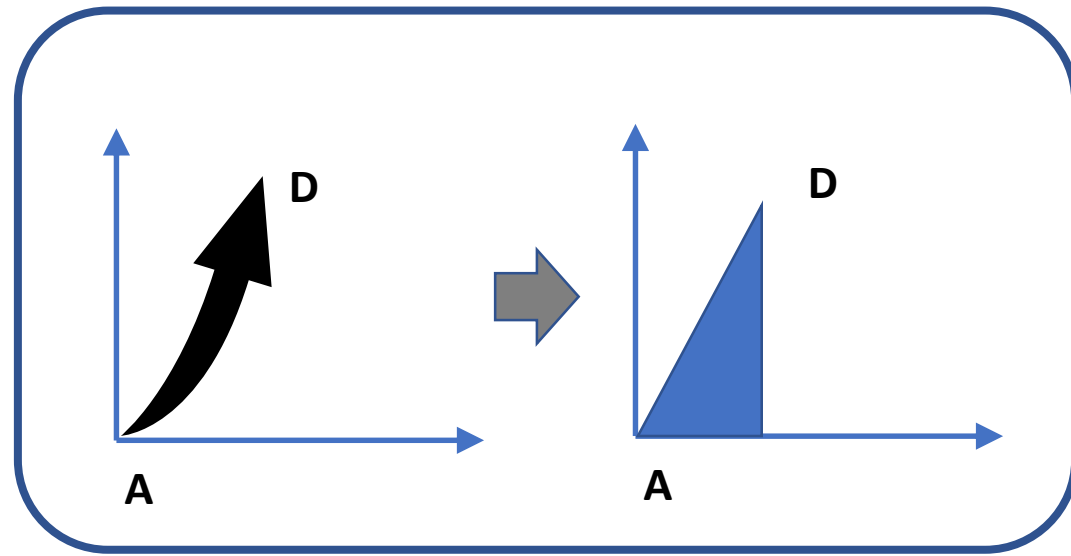
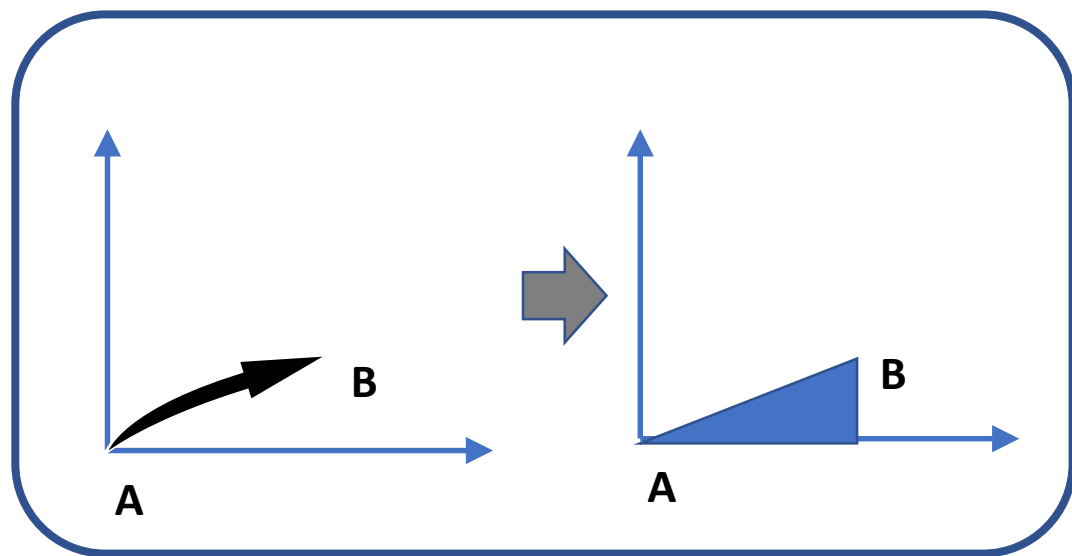
增長與定位



- 作者：鄭伊廷
- 編輯：吳康維
- 筆記內容採二階流筆記術
- 簡報內容採忘形流簡報術

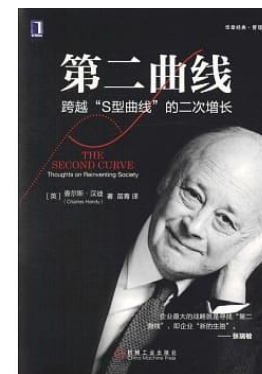
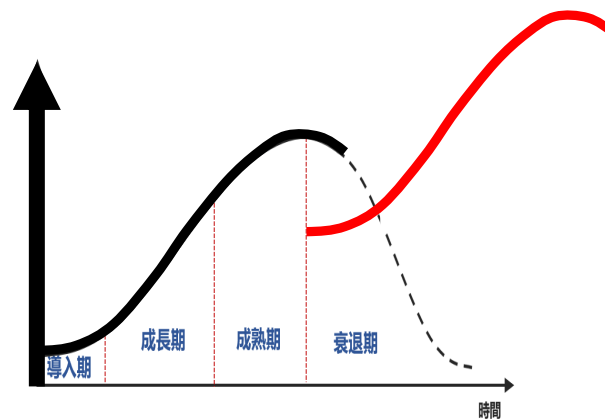
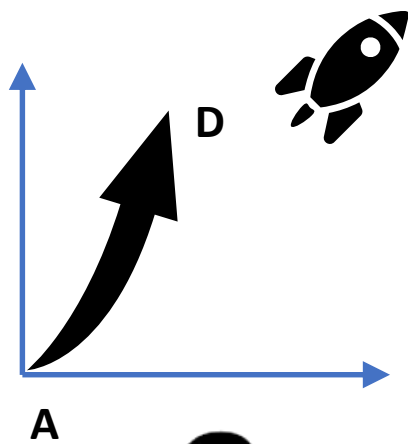
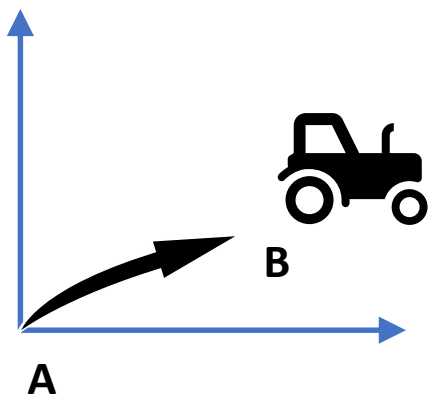
增長的意義

- 增長就是從低點到高點，保持增長的首要條件，就是市場要夠大。
- 若高度差（例如人數）不夠大，或裡面含金量（例如消費額）不夠高，則討論增長沒有意義。
- 所以談增長，實質是要談低點到高點間的距離、速度、維持時間，與含金量。



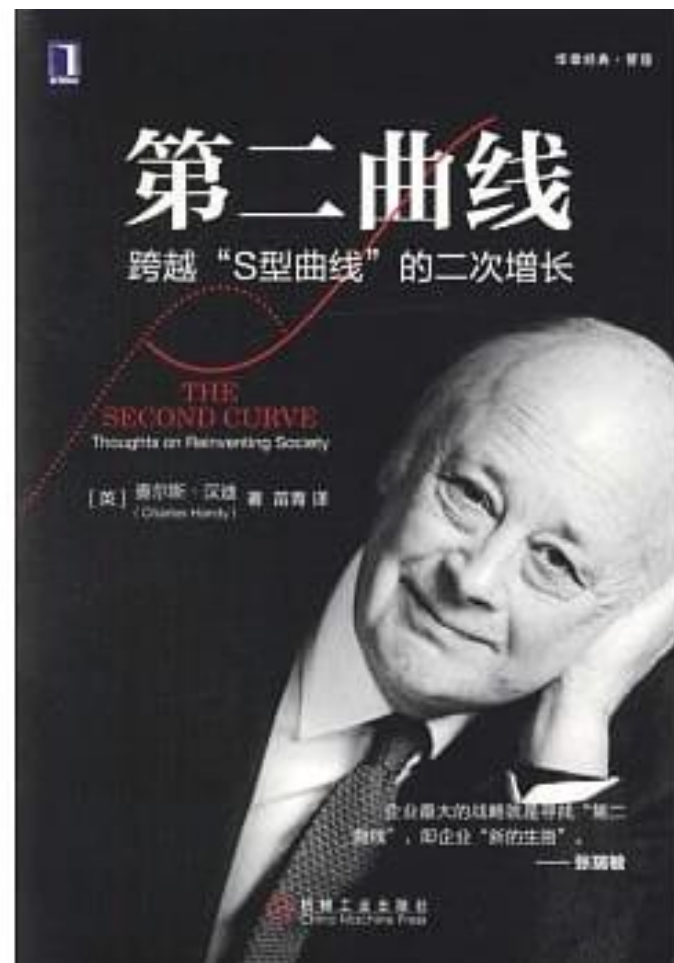
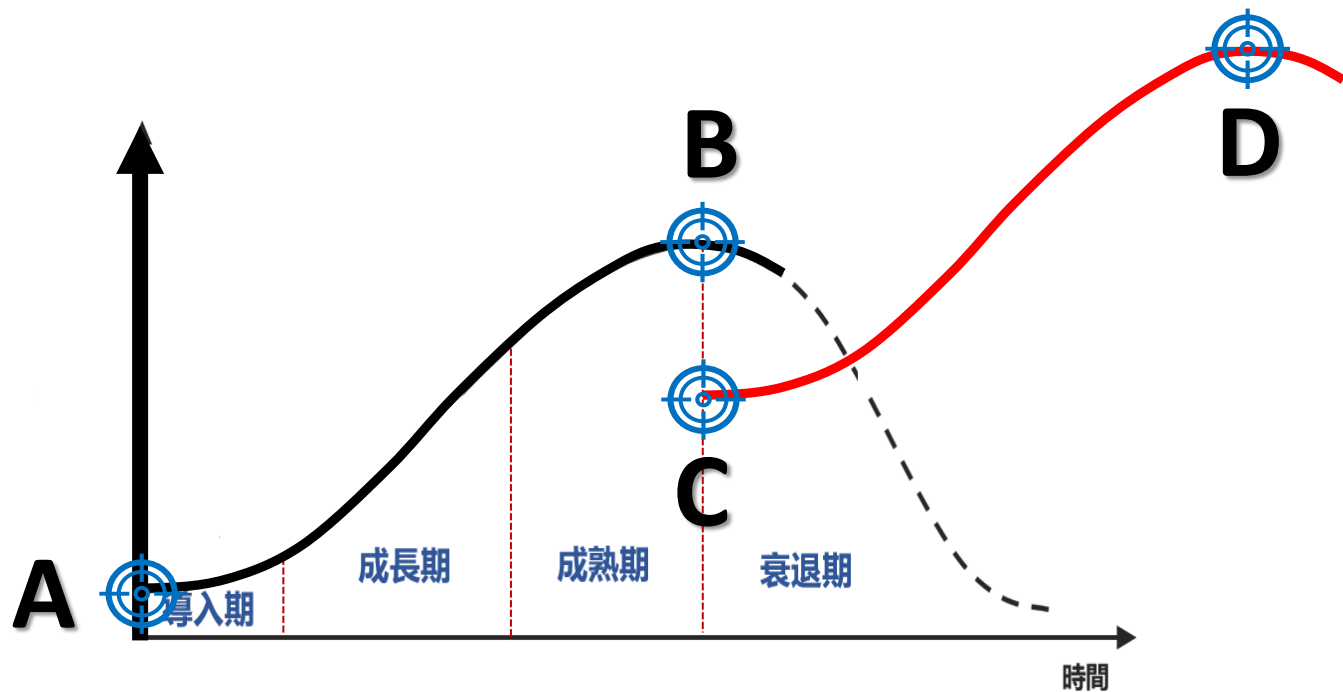
增長的持續

- 有時候我們就是無法依賴同一個策略，到達那麼高的地方。
- 所以，我們會關心增長要如何持續，例如英國管理大師韓第提出了「第二曲線」。



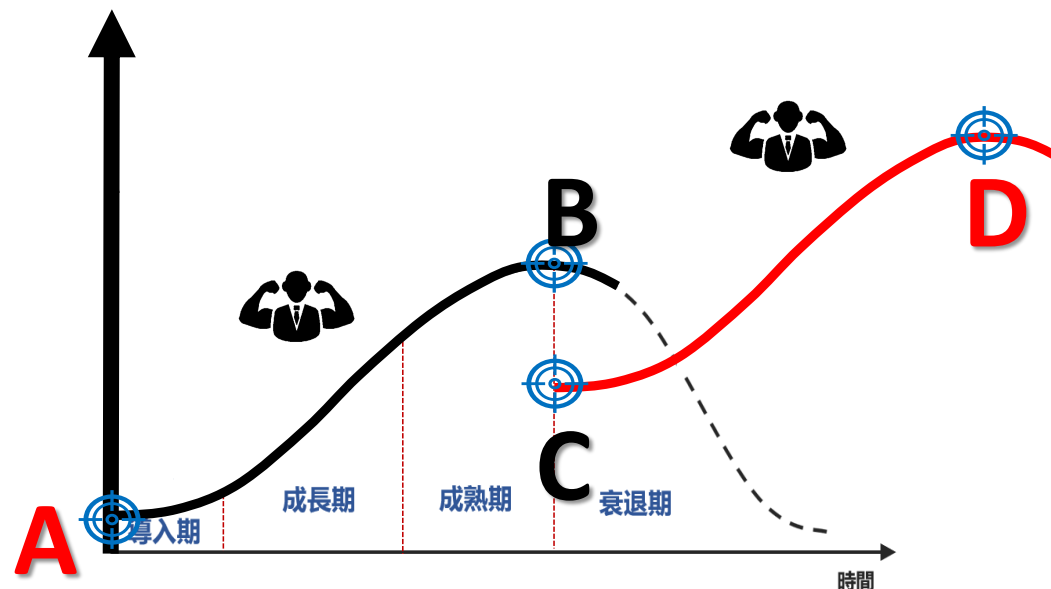
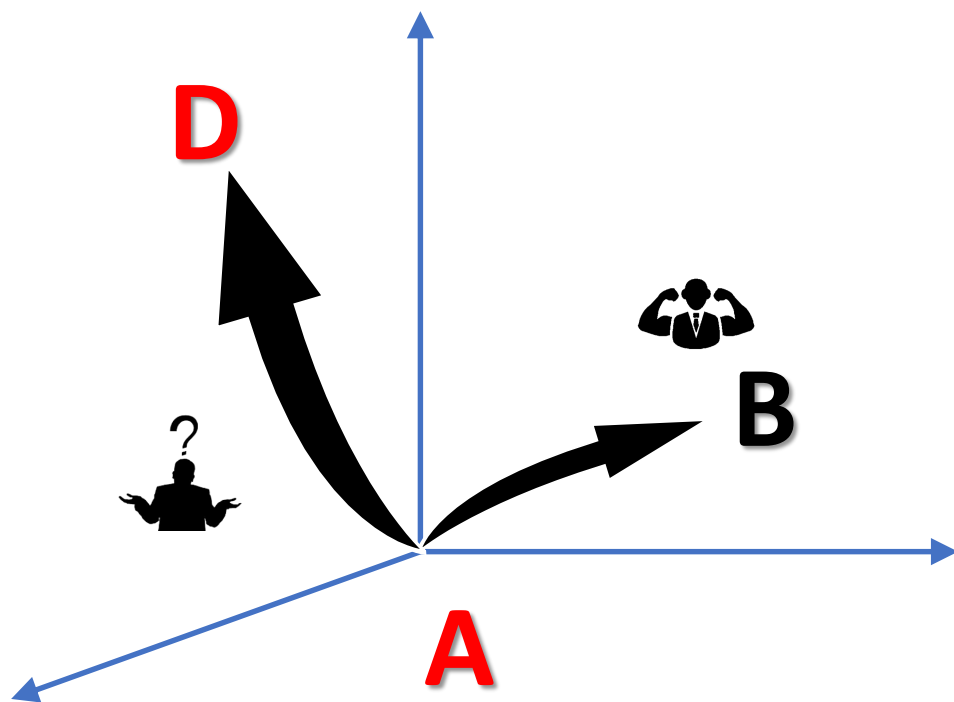
第二曲線型增長

- 例如賈伯斯的麥金塔電腦、iPod、iPhone、iPad。
- 每一條新曲線都在上一條曲線尚未攀上頂峰時，就開始醞釀。
- 每一條曲線都脫胎自上一條曲線，但跨足截然不同的市場。



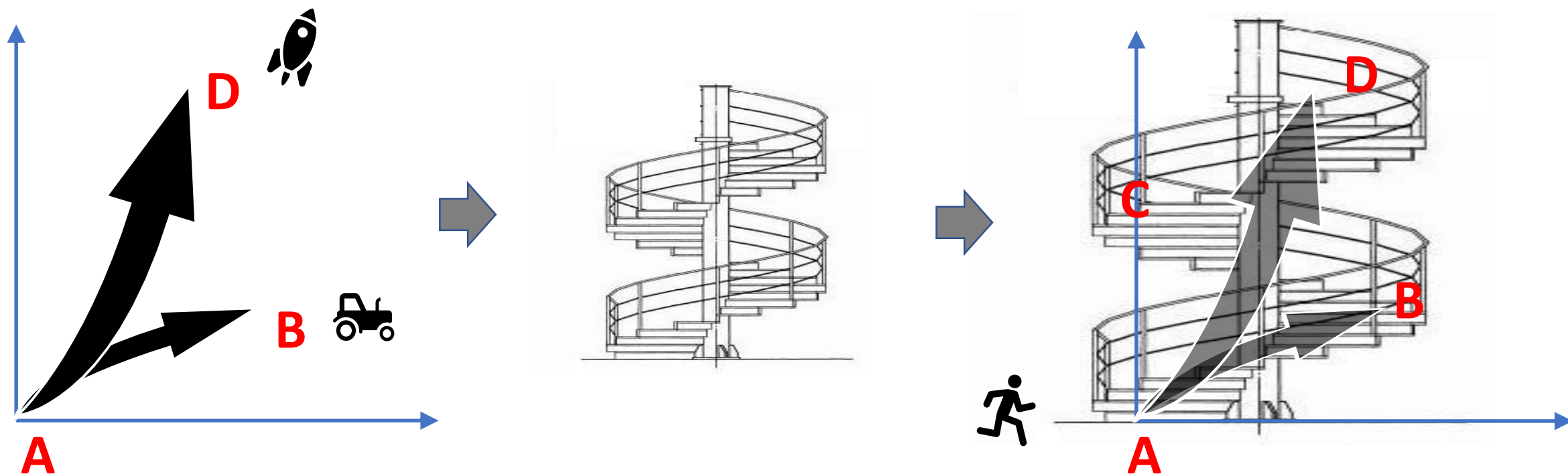
第二曲線型增長特點

- 第二曲線型增長的優點，是把「A到B」與「A到D」兩種不同等級（不同平面座標系）的事，整合到了同一個平面座標系讓我們觀察。
- 第二曲線型增長的缺點，則是韓第他暗示了我們B點與C點之間是不連續的，完全要靠企業家的想像力、直覺和本能，才能銜接與抵達。



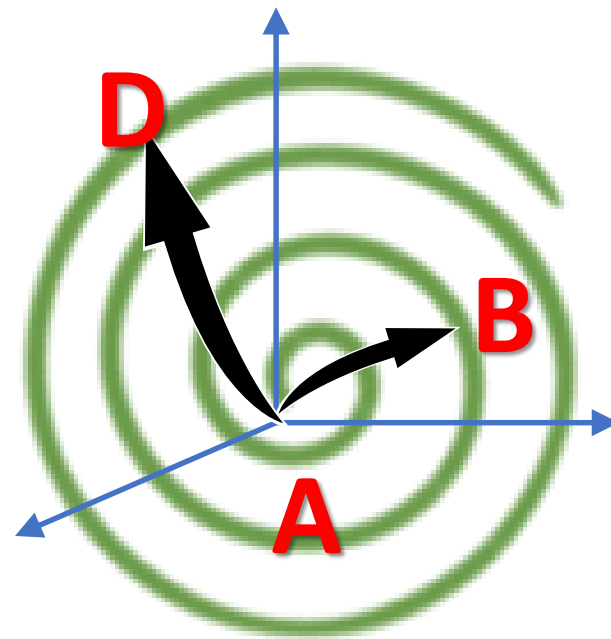
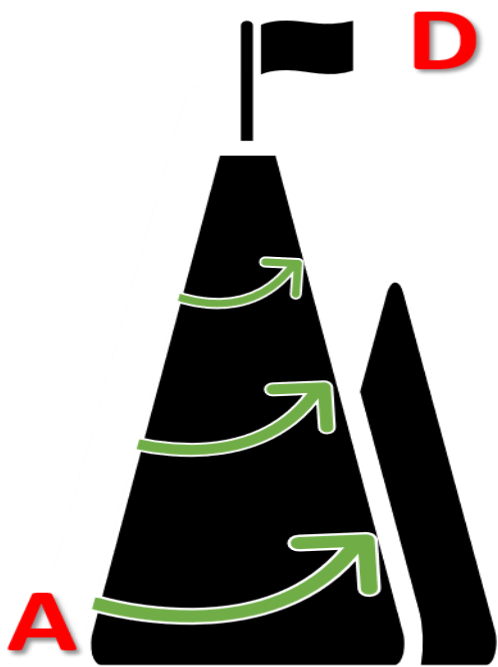
螺旋曲線型增長

- Xdite 則提出了螺旋曲線型增長的觀點，類似爬旋轉梯。Xdite 認為B到C，只是在旋轉梯的背面，所以看不見，根本沒有不連續性的增長，只是旁觀者的視角看不到連續性。
- 三維座標系裡連續的東西，被旁觀者的視角投影到二維座標系，看到的就會是充滿靈感的「不連續」，或是奇蹟般的「不可能」。



螺旋曲線型增長特點

- 螺旋曲線型增長的優點，是有機會把被旁觀者的視角投影到二維座標系的東西，還原成三維座標系，重新審視增長的連續性過程，有利於檢查與解釋別人的「歷史」。
- 螺旋曲線型增長的缺點，是螺旋曲線根本可以連續性的走到三維座標系的任何一點，抱持著這樣的觀點，如果沒有別的框架，身在此山中的人，幾乎無法指引「未來」。



螺旋曲線型增長的框架

- Xdite 主張這個框架就是「定位」，『定位，是增長的框架；創新，是定位的應用。』，定位的本質，是在解一個重複性問題：『消費者在什麼樣的場景使用你』。
- 只要能在每次移動場景時，創意的運用既有資源，解決新的場景相對應的痛點，達成新的KPI，就能連續性的增長。像克里斯丁森講的，麥當勞奶昔的早上跟晚上不同的兩個場景，早上開車時候提神，下午防止小孩吵。

