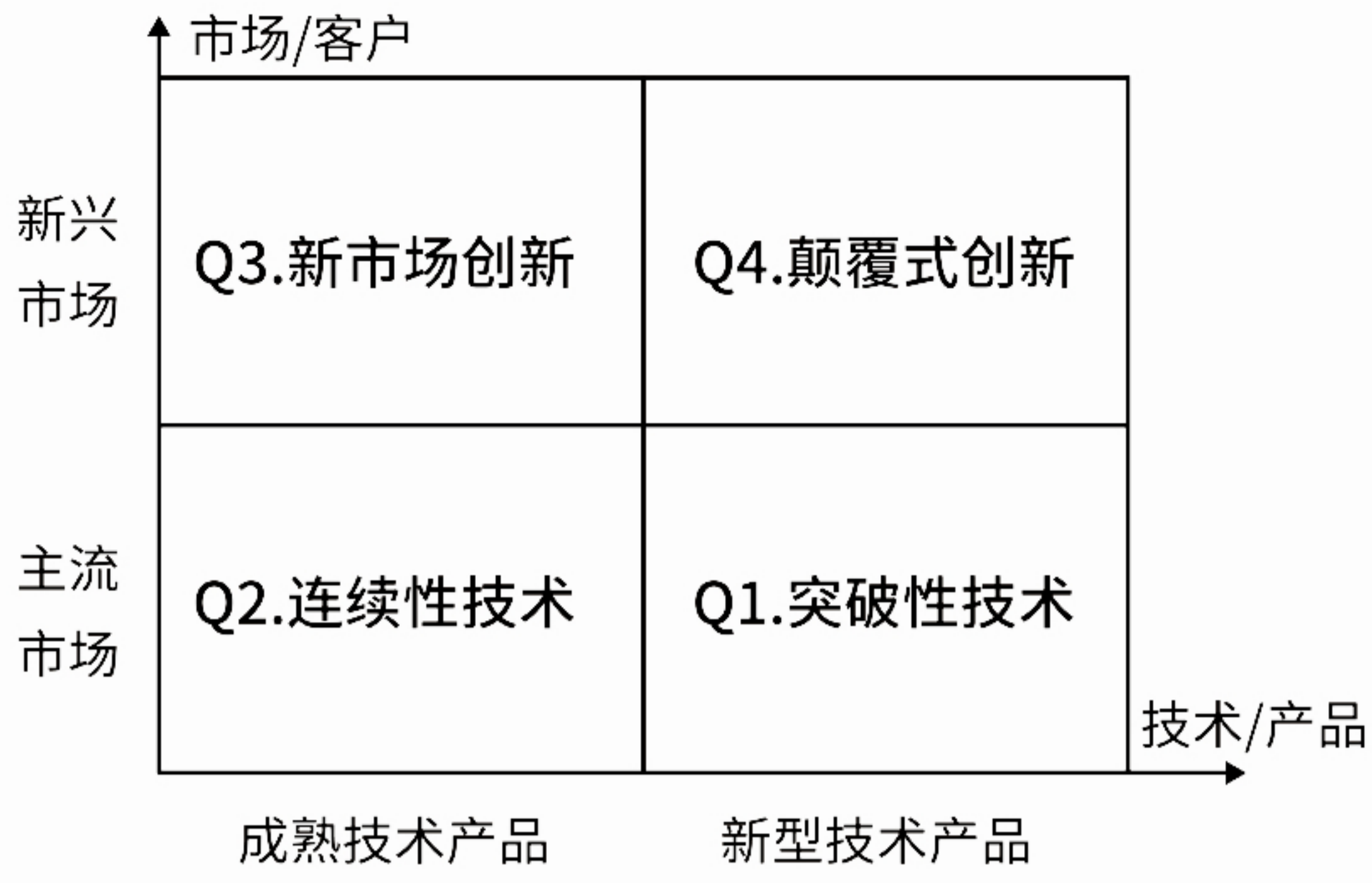


# 组织模块

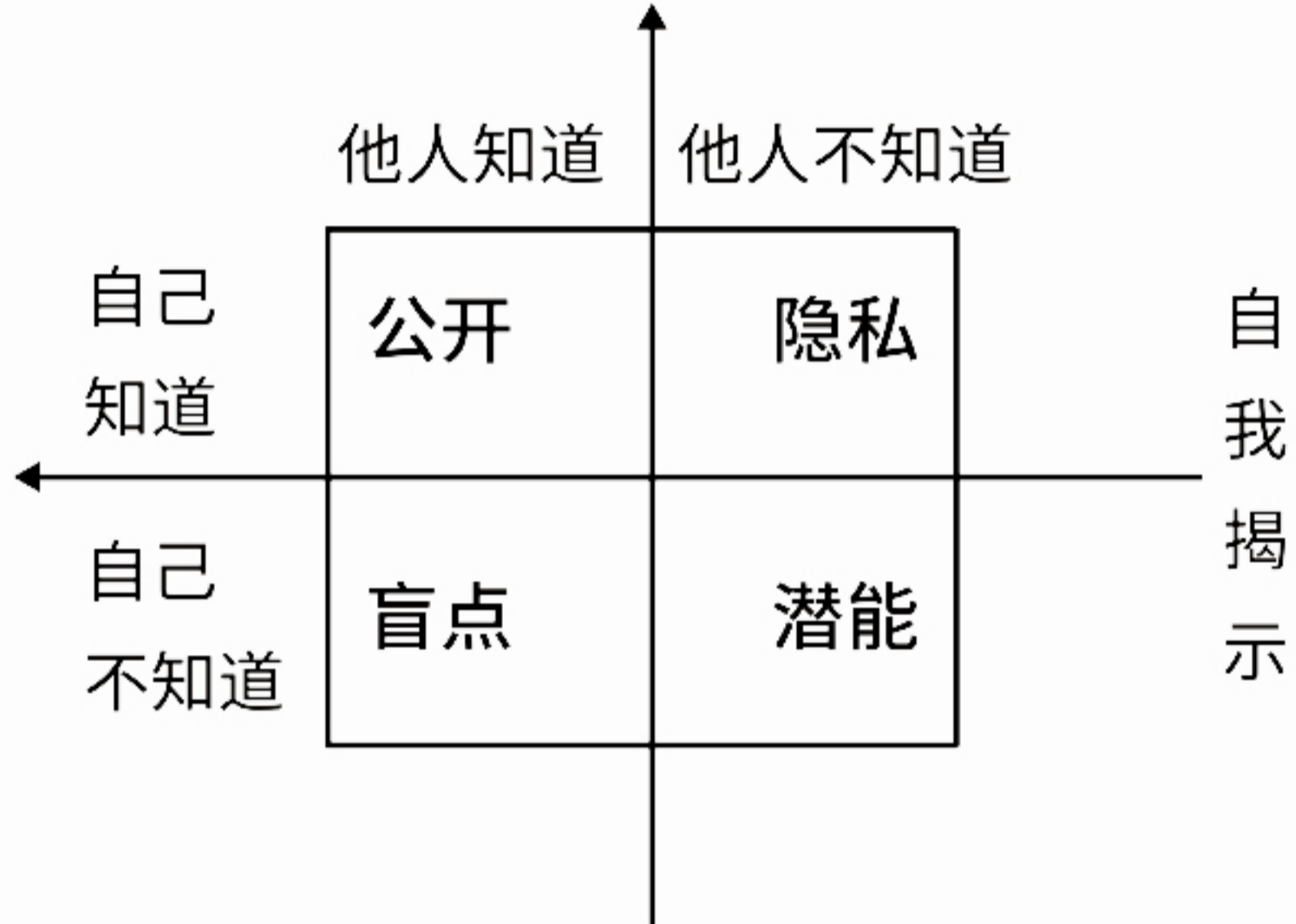
## 价值网矩阵图



## 问题处理矩阵

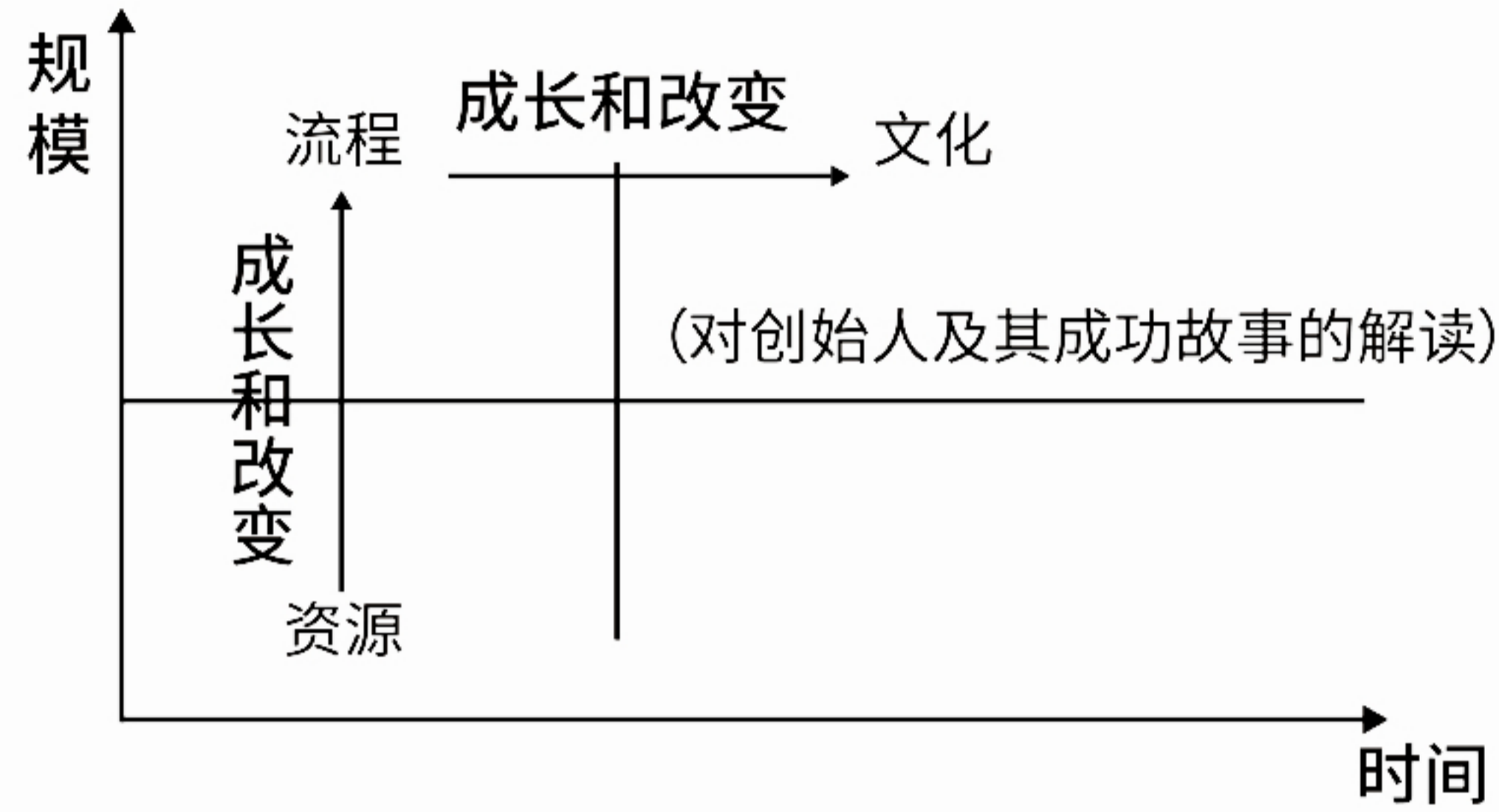


## 组织心智

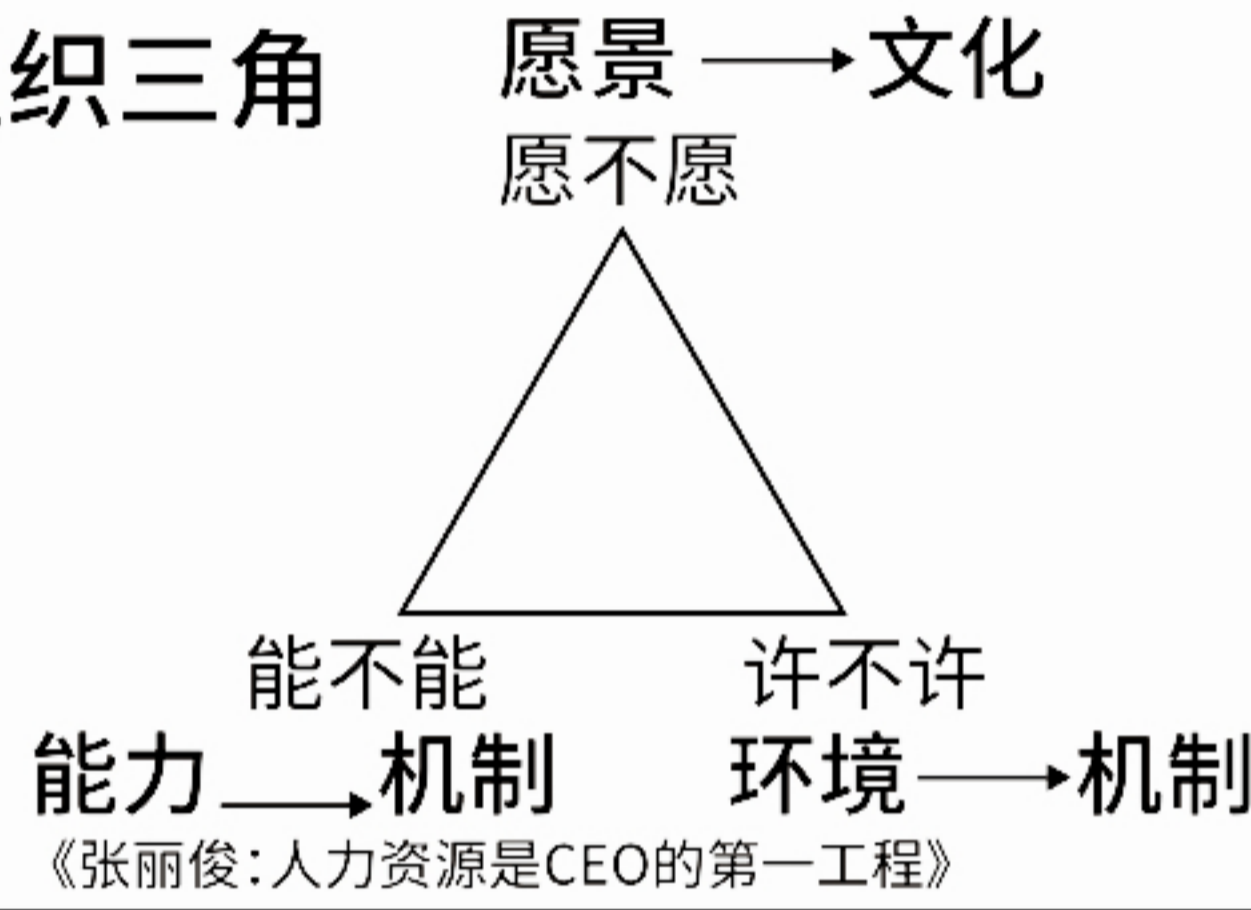


《樊登：可复制的领导力》

## RPV框架 (Resources Processes Values)

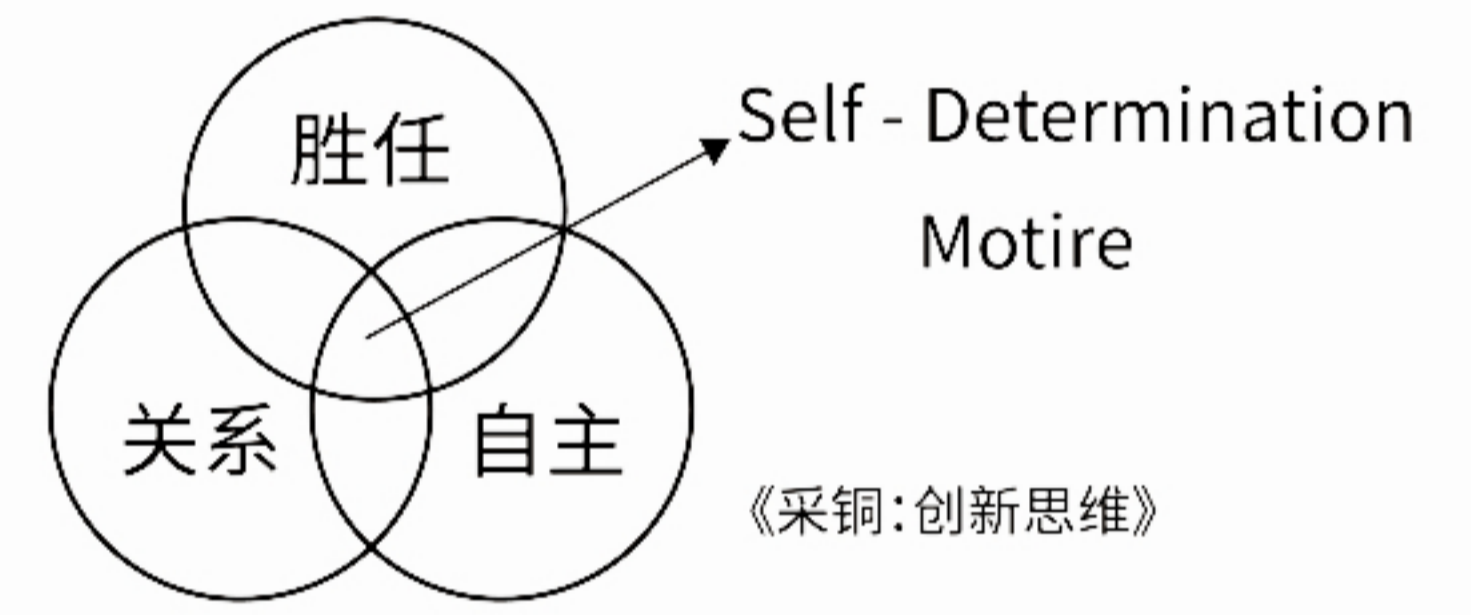


## 组织三角



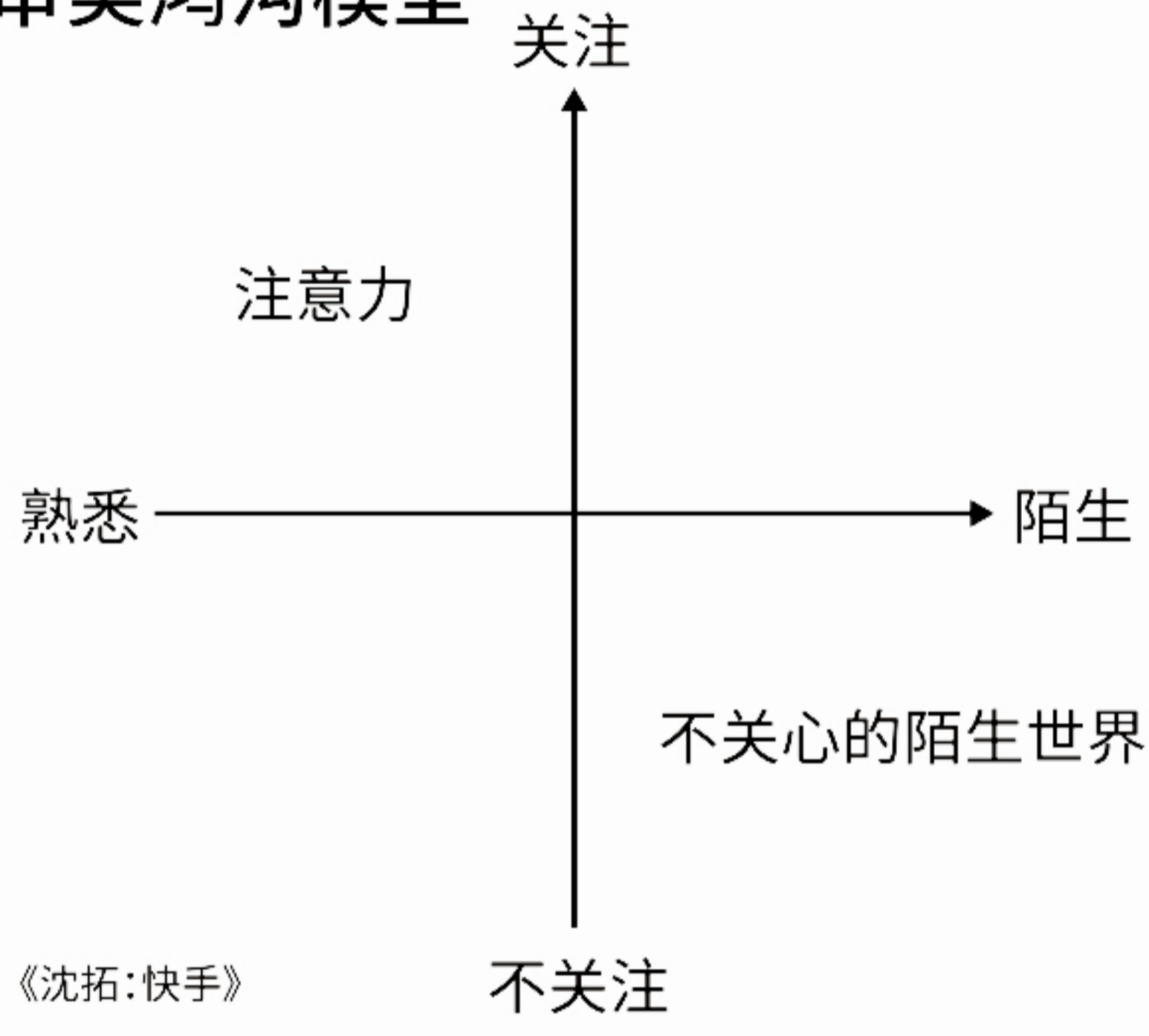
《张丽俊：人力资源是CEO的第一工程》

## 心理学底层模型



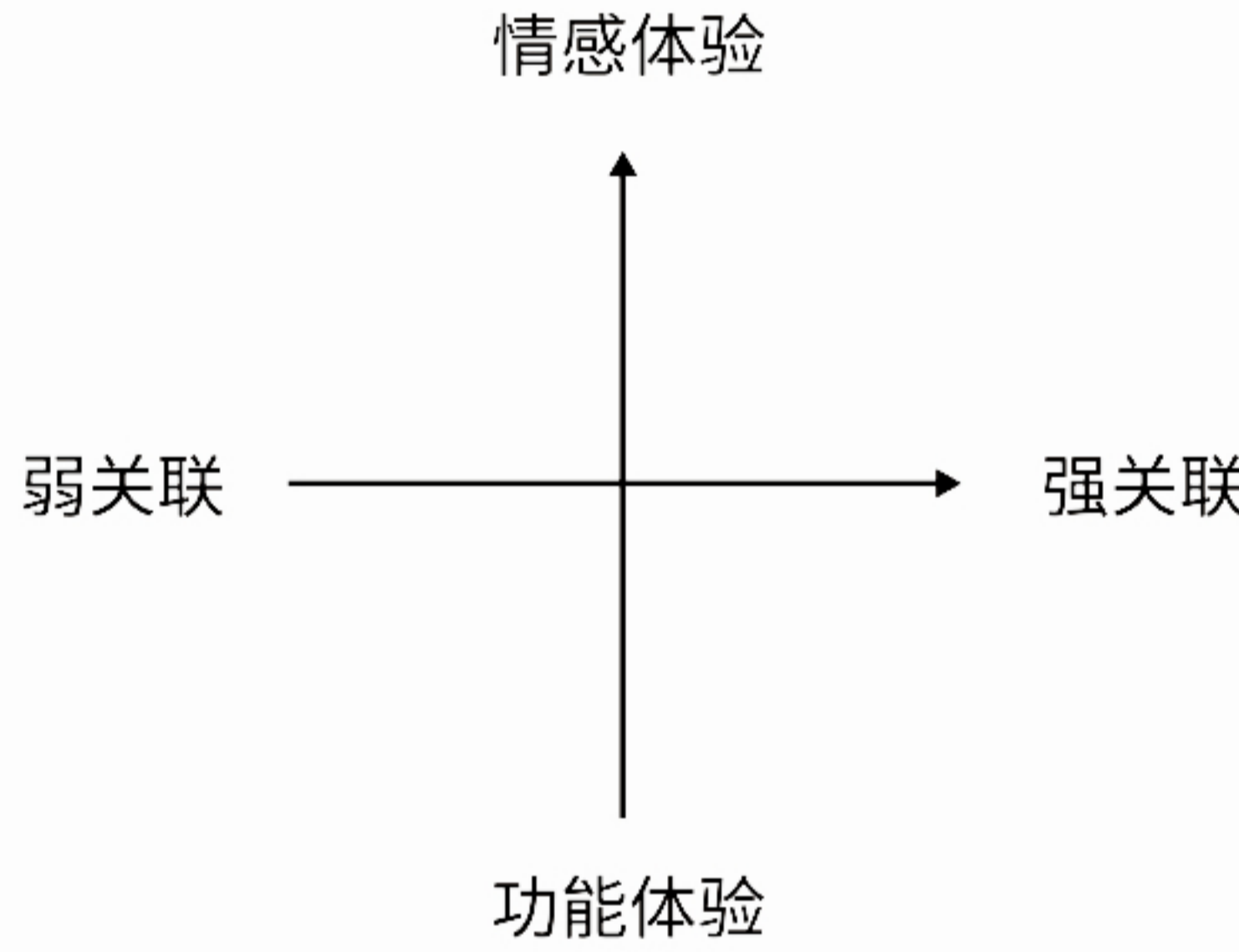
《采铜：创新思维》

## 审美鸿沟模型

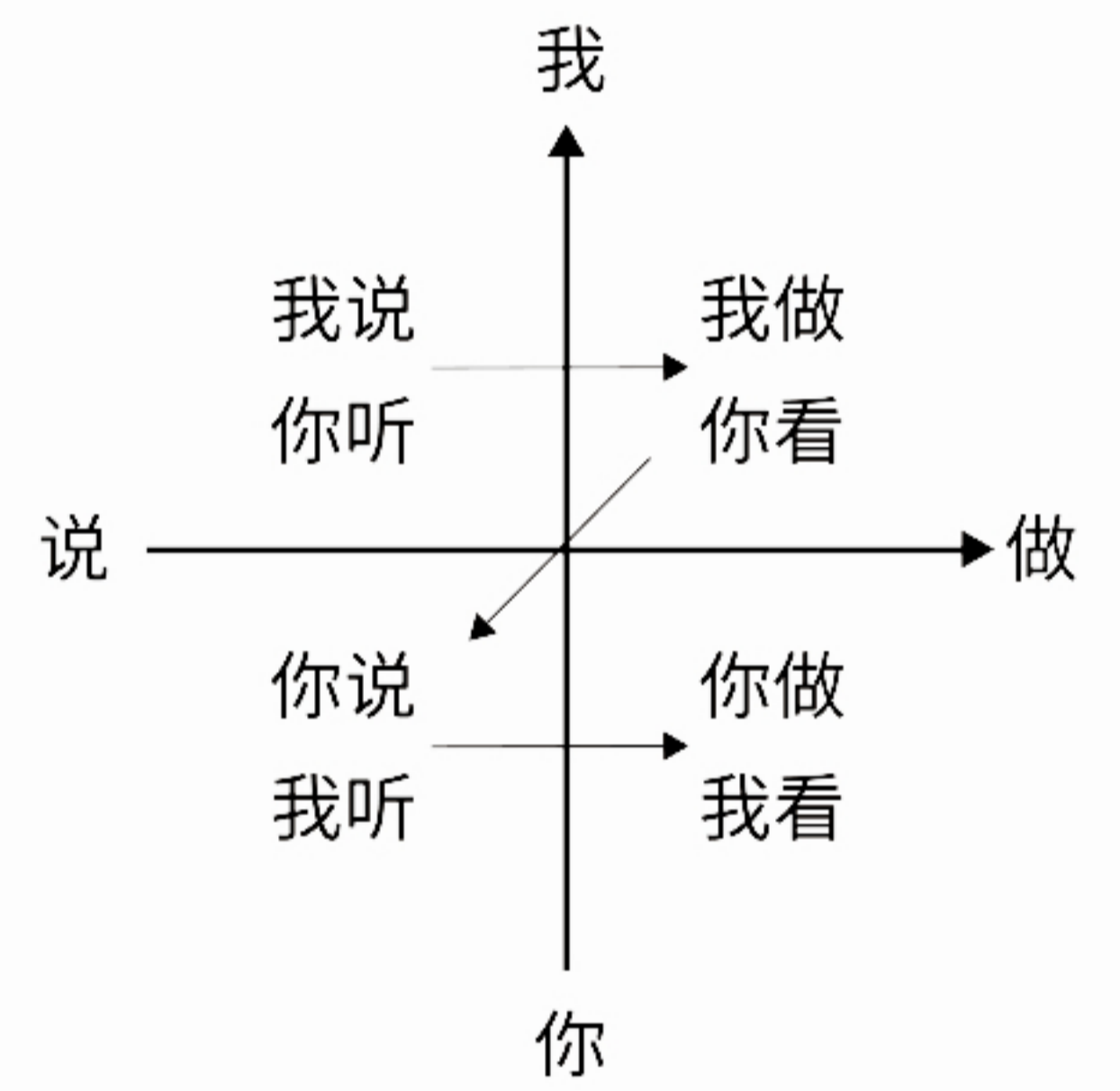


《沈拓：快手》

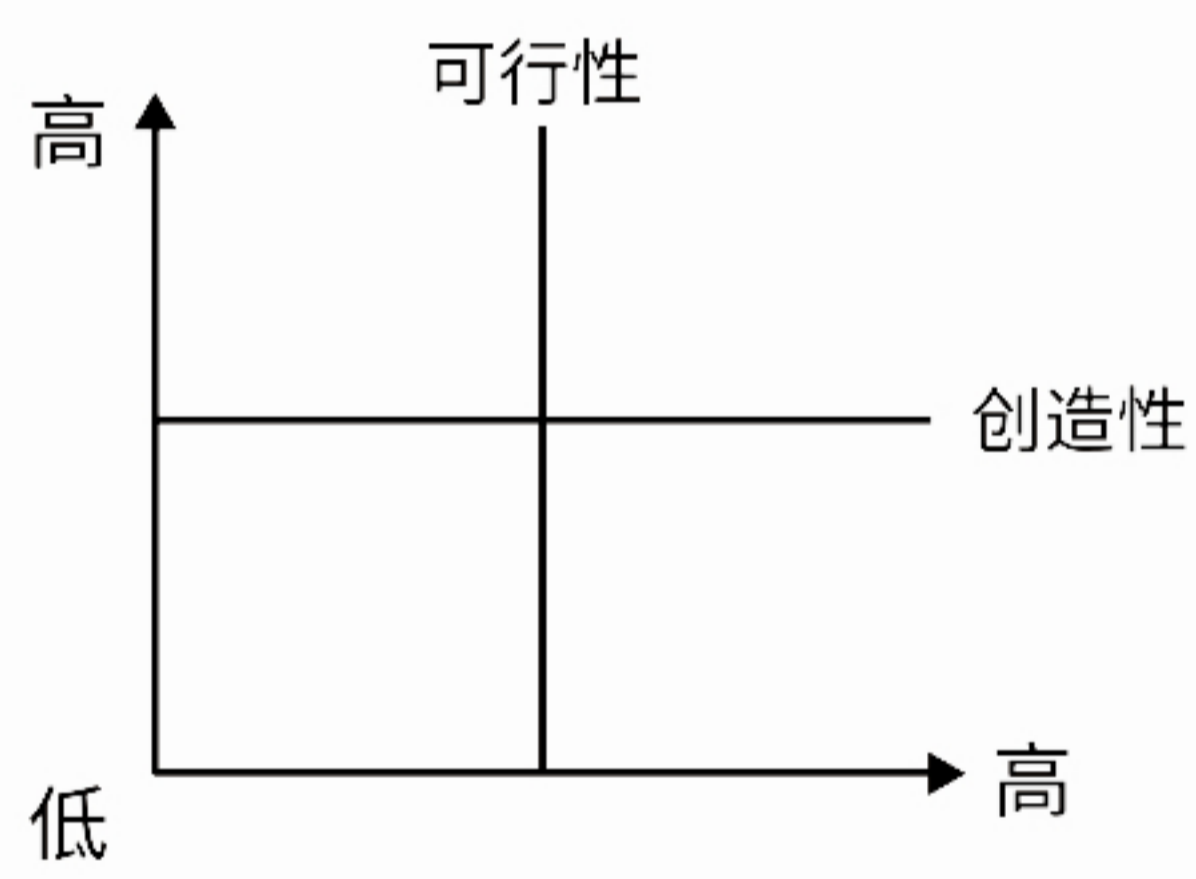
## 用户体验变革模型



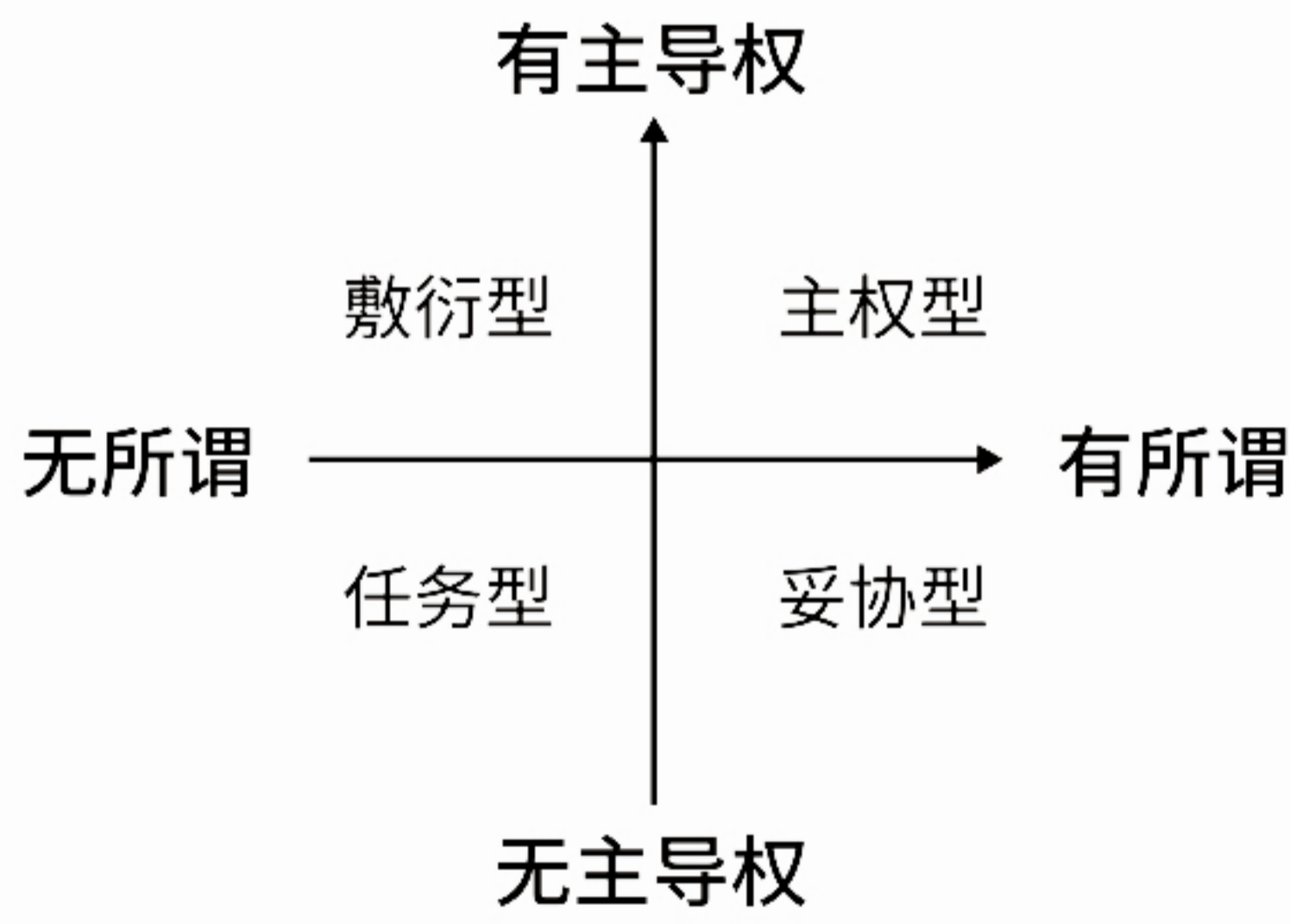
## 员工培养模型



## 创新可行性评估矩阵



## 购买决策模型

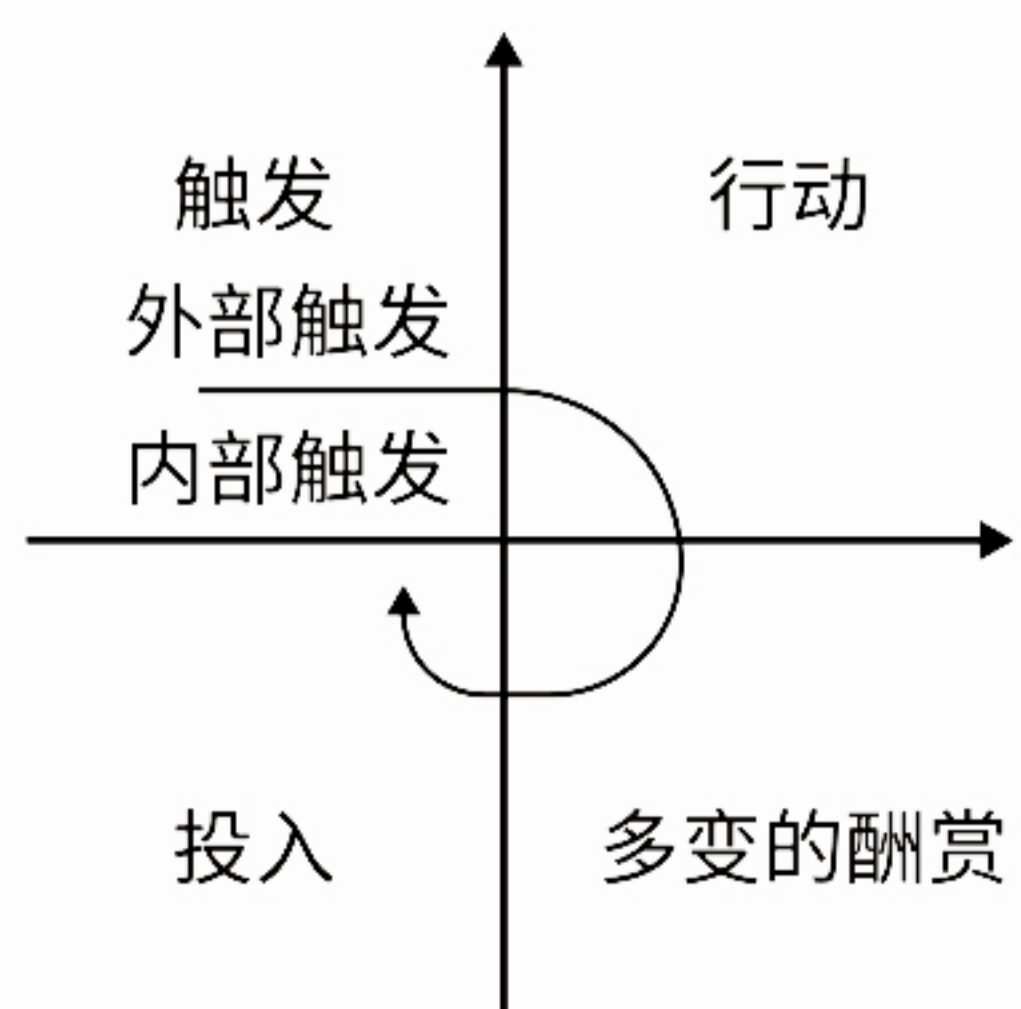


## 能力价值观模型



《张邦鑫：组织文化》

## 上瘾模型



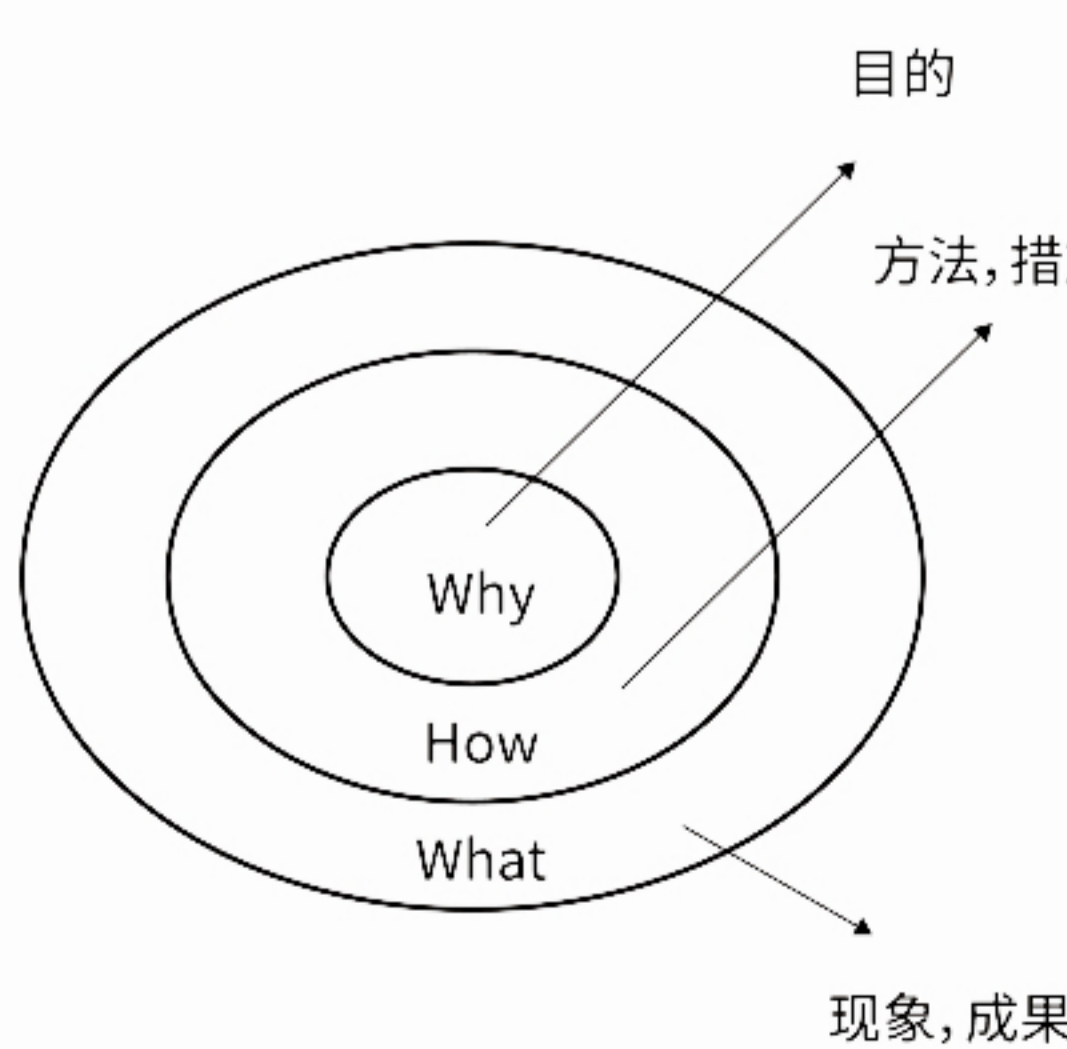
## TEFCAS

- Trial: 尝试
- Event: 行动
- Feedback: 反馈
- Check: 检查
- Adjust: 调整
- Success: 成功

## OODA

- Observation: 观察
- Obrientation: 判断
- Decision: 决策
- Action: 行动

## 黄金圈法则



出品方：混沌大学上海分社

内容统筹：照相机先生

美术设计：大威

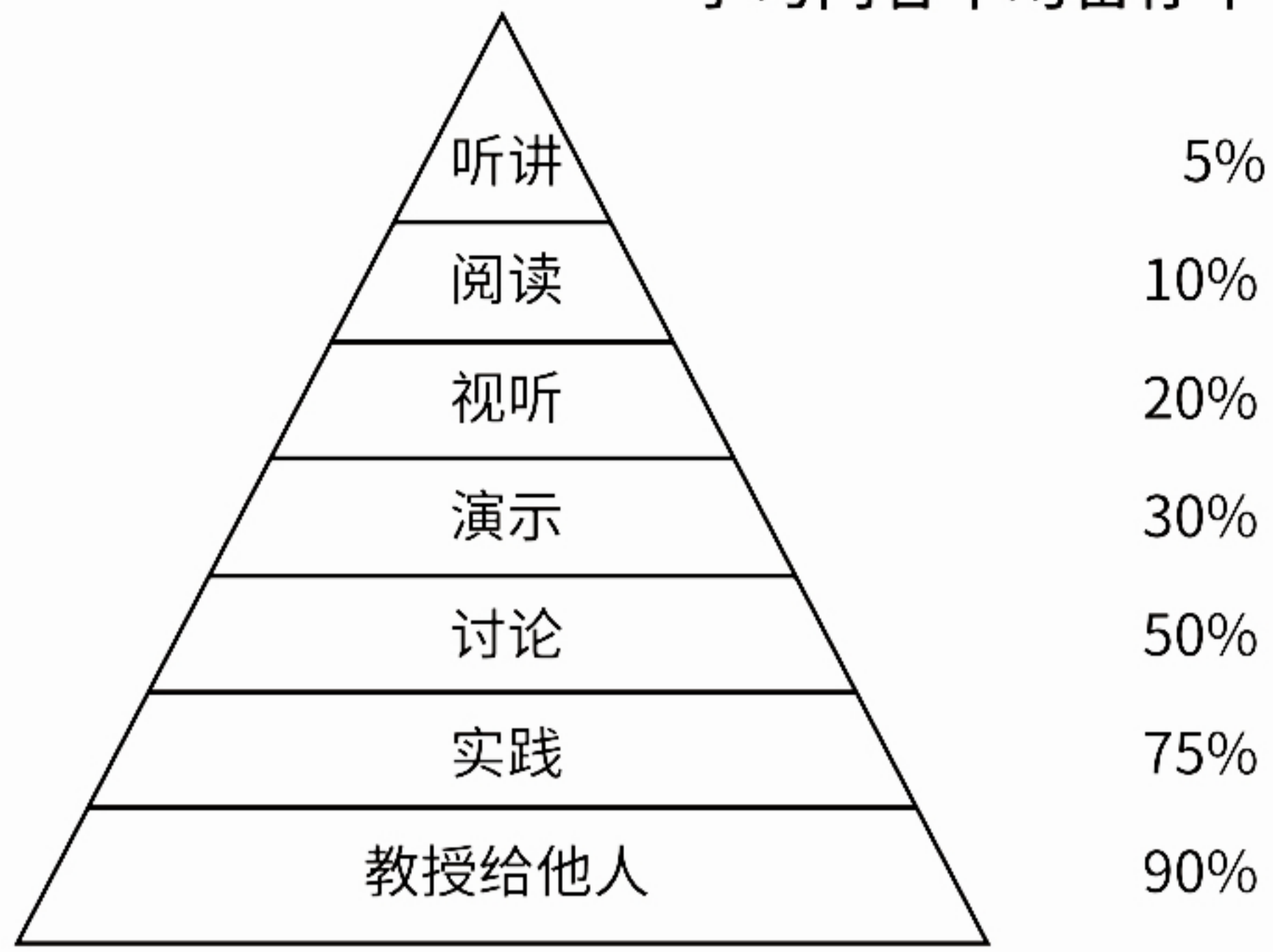
校正：果子

\*内部学习资料，仅供学员讨论使用

# 认知模块

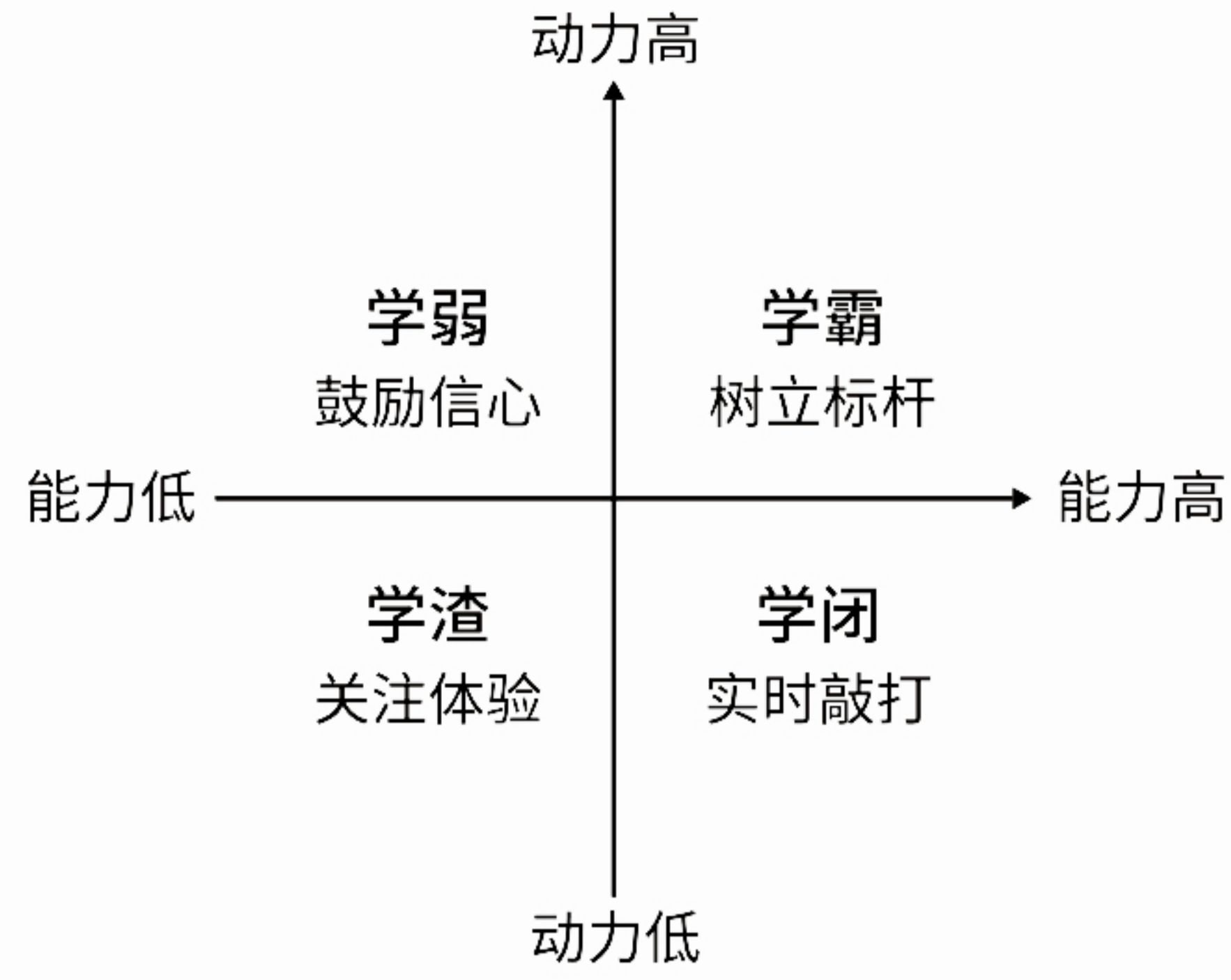
## 认知学习模型

学习内容平均留存率



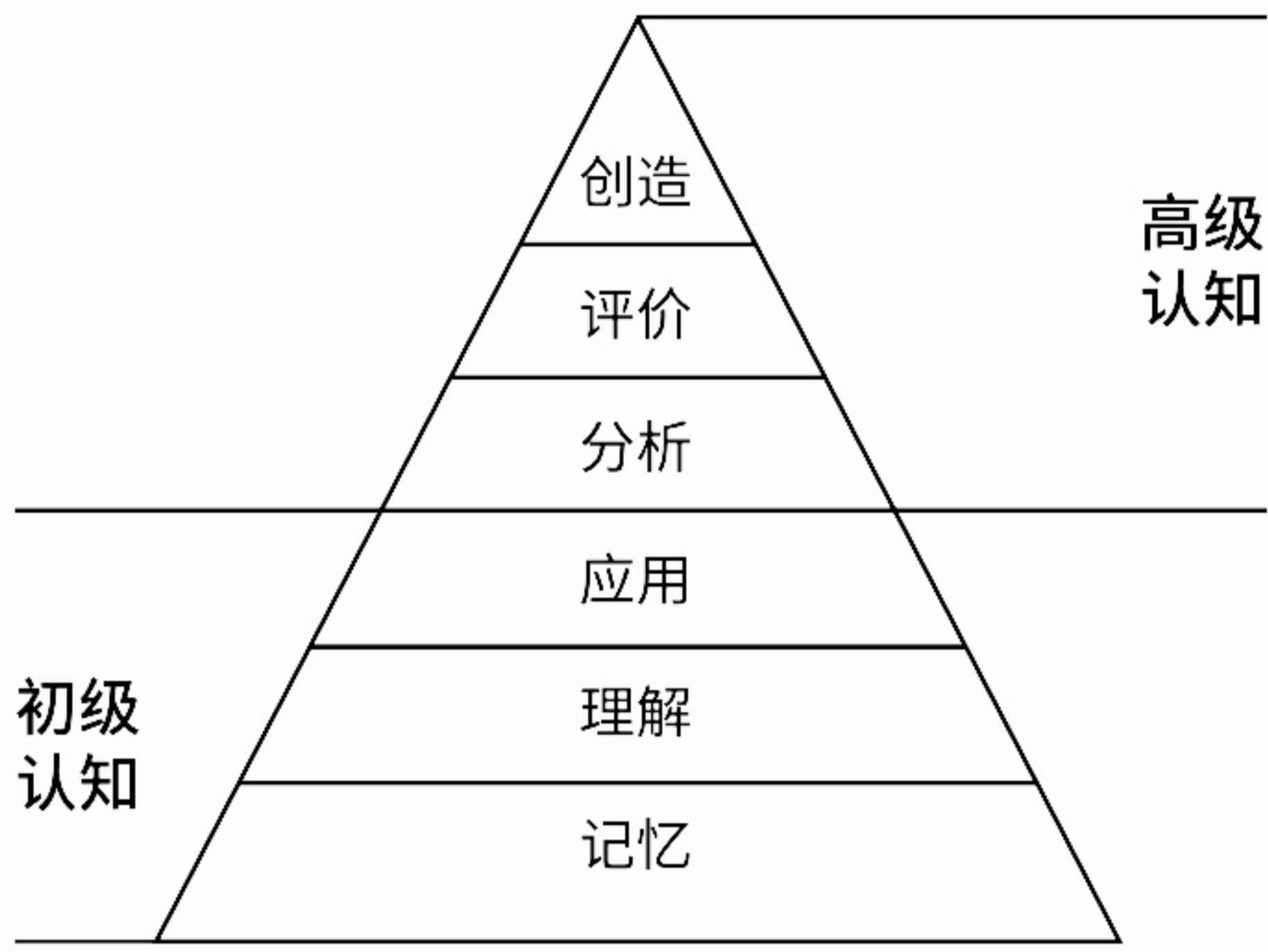
学习金字塔

## 同学激励模型



创新领教@付磊

## 布鲁姆教育分类

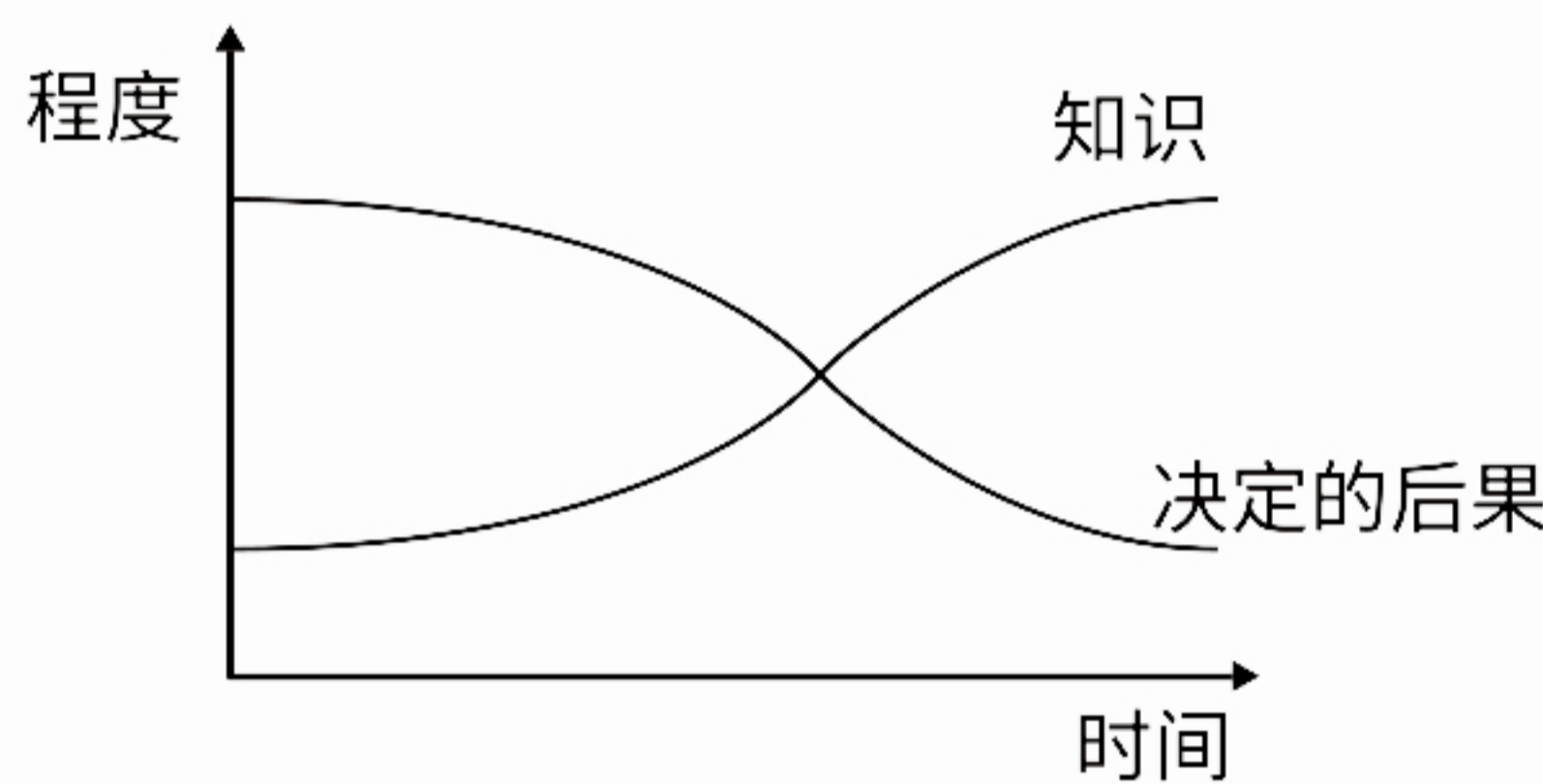


## 五星笔记法

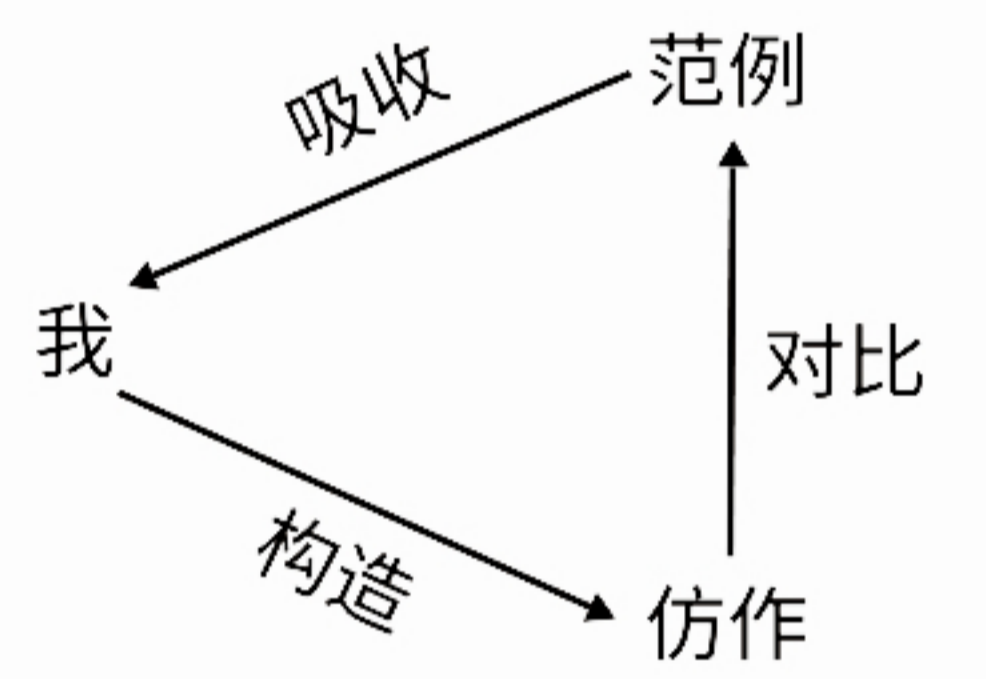
- 1.核心内容是什么
- 2.逻辑是什么
- 3.我的启发是什么
- 4.思维模型
- 5.可以英勇的实操是什么



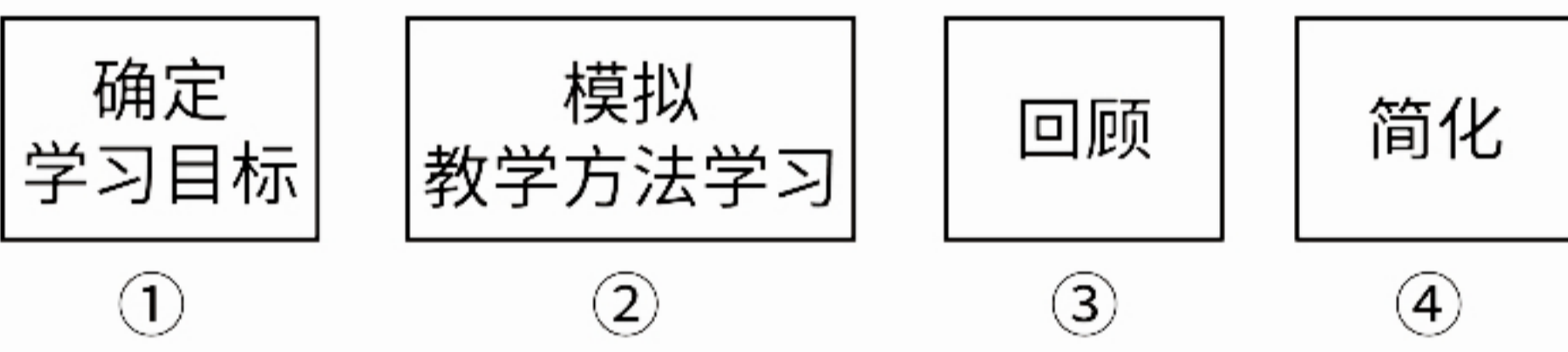
## 后果模型



## 范例循环模型



## 费曼学习法



## 4F总结框架

- 1.事实 Facts
- 2.感受 Feeling
- 3.收获 Finding
- 4.未来 Future

——4F动态引导反思法  
英国学者 Roger Greenaway

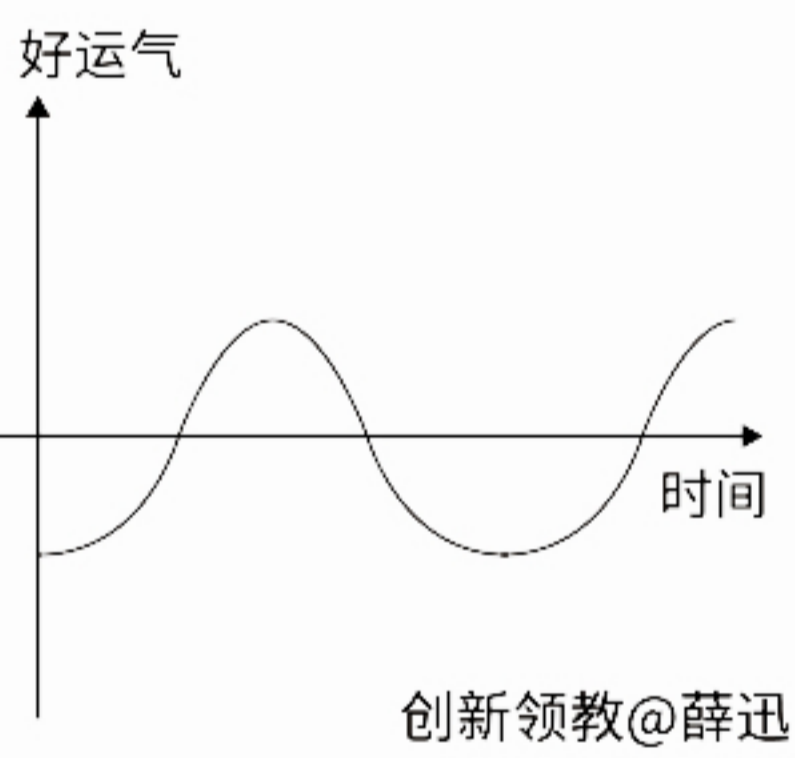
## 故事4C原则

- 1.因果关系 Causalisty
- 2.冲突 Conflict
- 3.多样性 Complications
- 4.角色 Charater

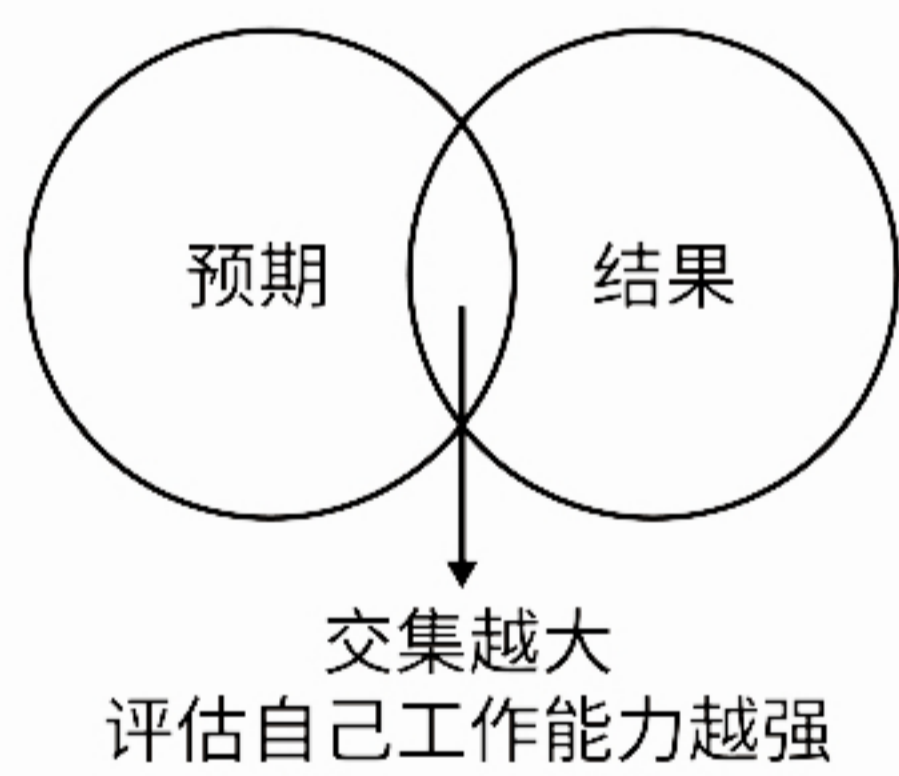
## SCQA表达法

- |              |      |
|--------------|------|
| Situation    | 背景   |
| Complication | 冲突   |
| Question     | 疑问   |
| Answer       | 解决方案 |

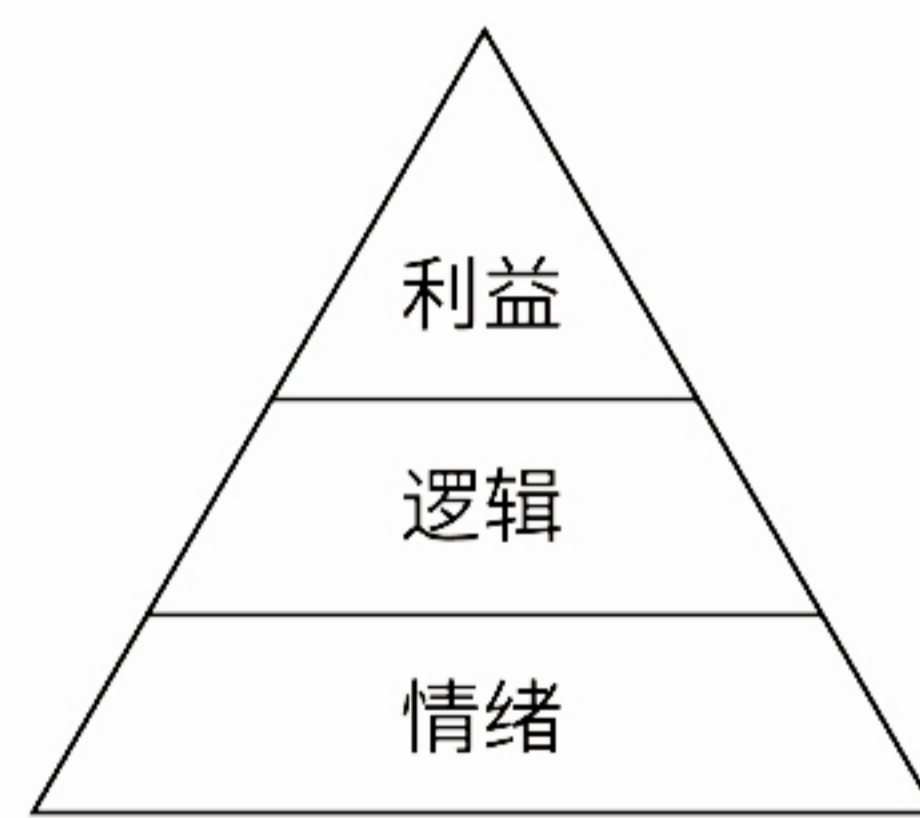
## 讲故事模型



## 自我反馈模型



## 说服金字塔

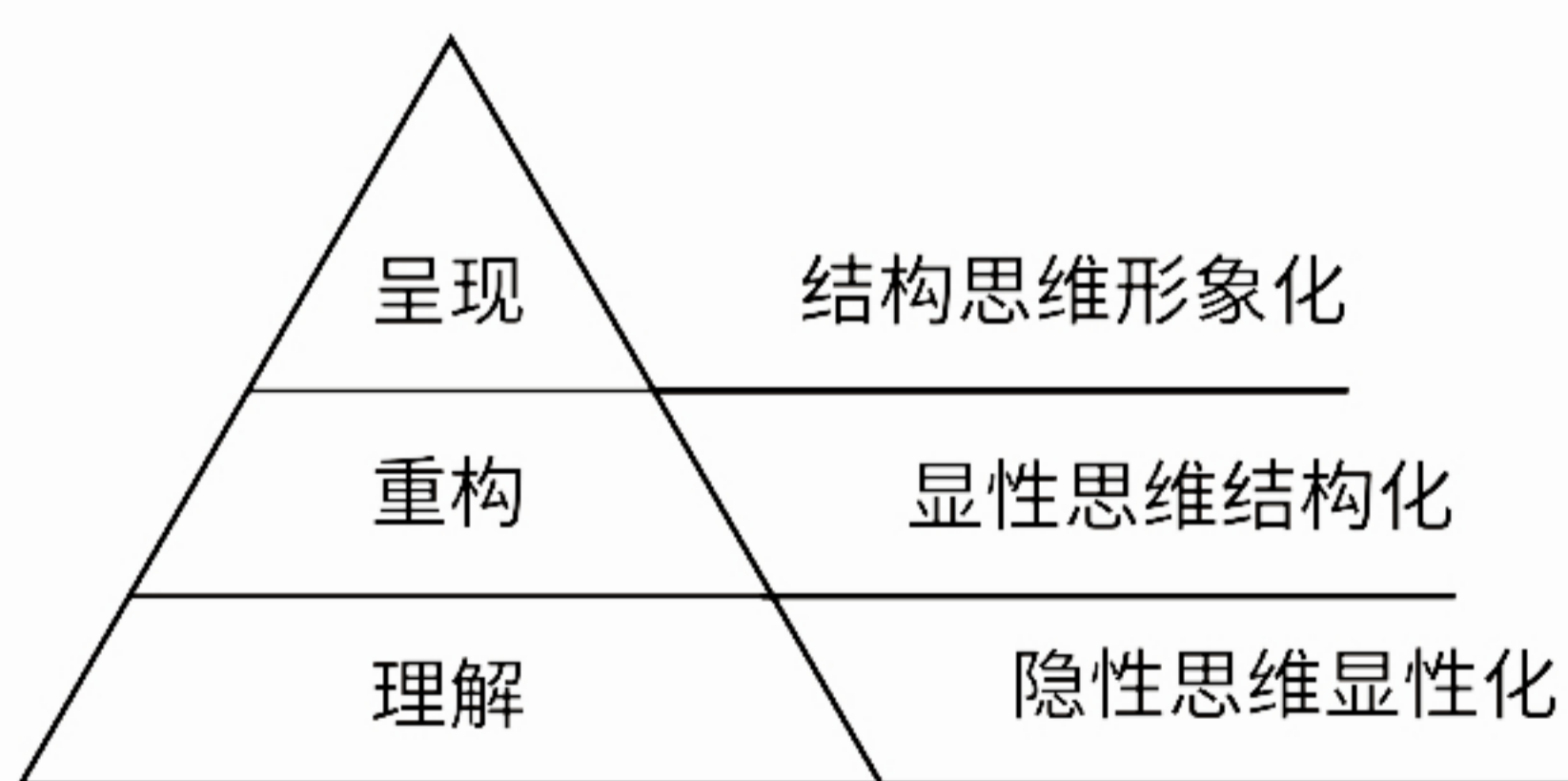


## PICA法

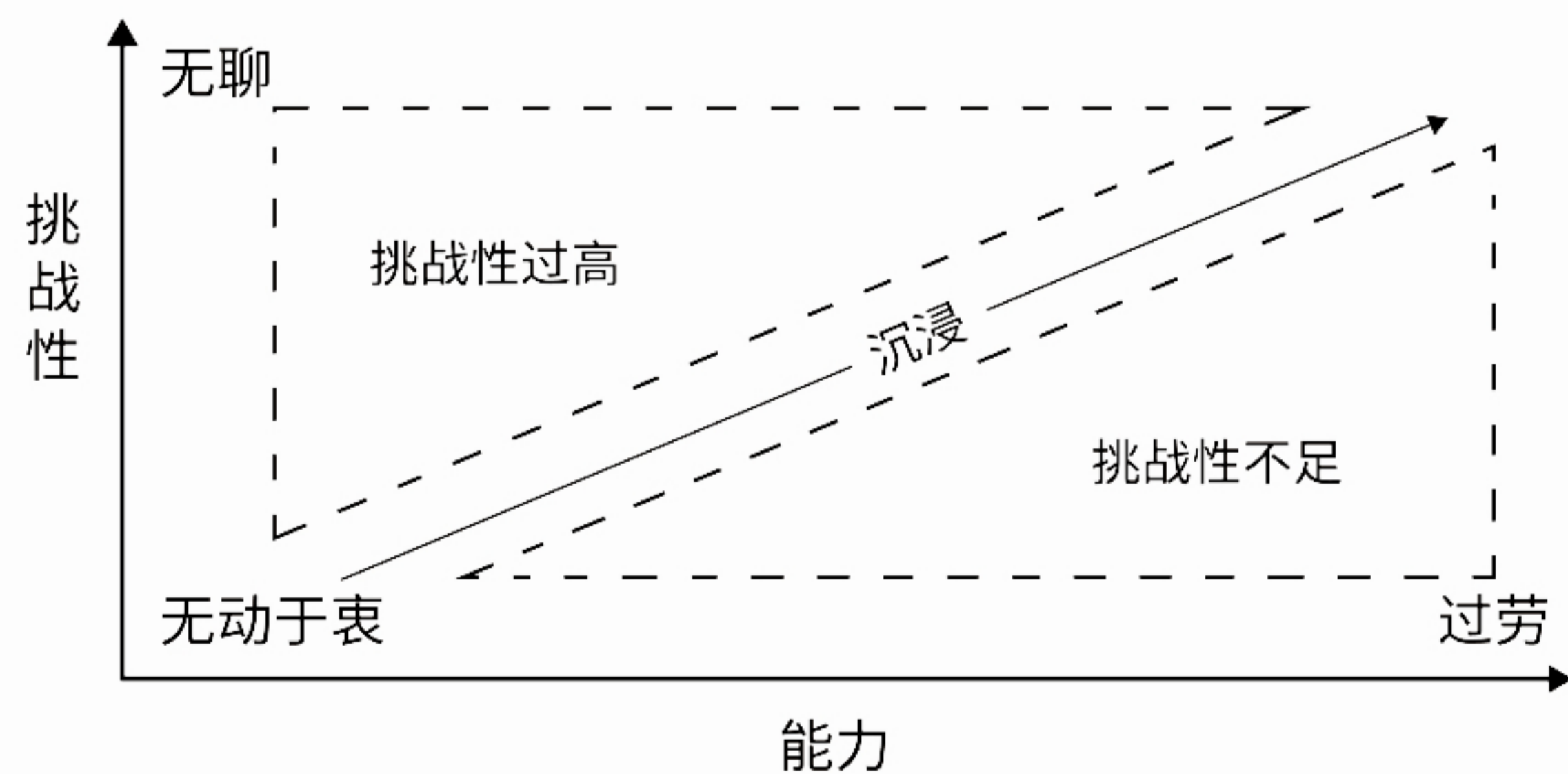
- |             |    |
|-------------|----|
| Perspectire | 视角 |
| Insight     | 观点 |
| Contect     | 背景 |
| Analysis    | 分析 |

——《创新者的任务》

## 结构思考力三层次模型



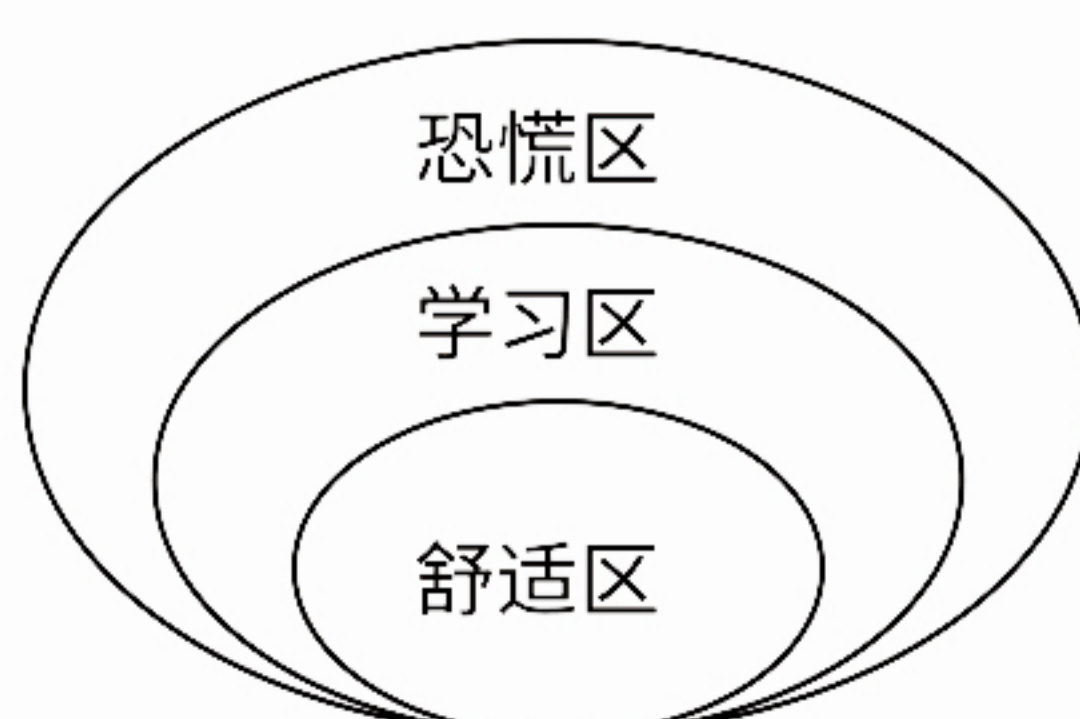
## 心流



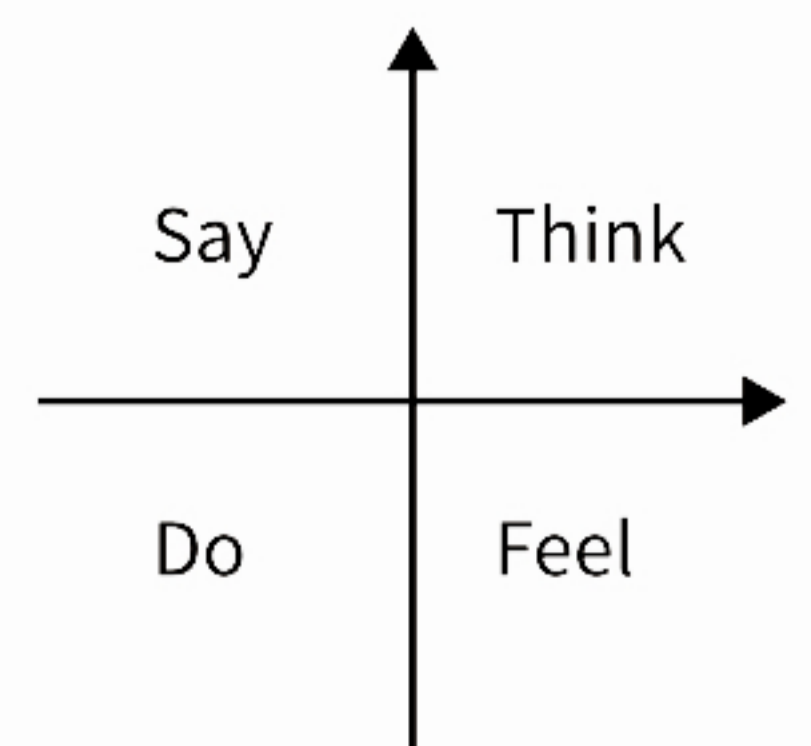
## 学习特点与学习原则

成年人学习特点	筛选学习内容原则
自愿	有用
经验	匹配
自主	参与
行动	应用

## 学习区模型

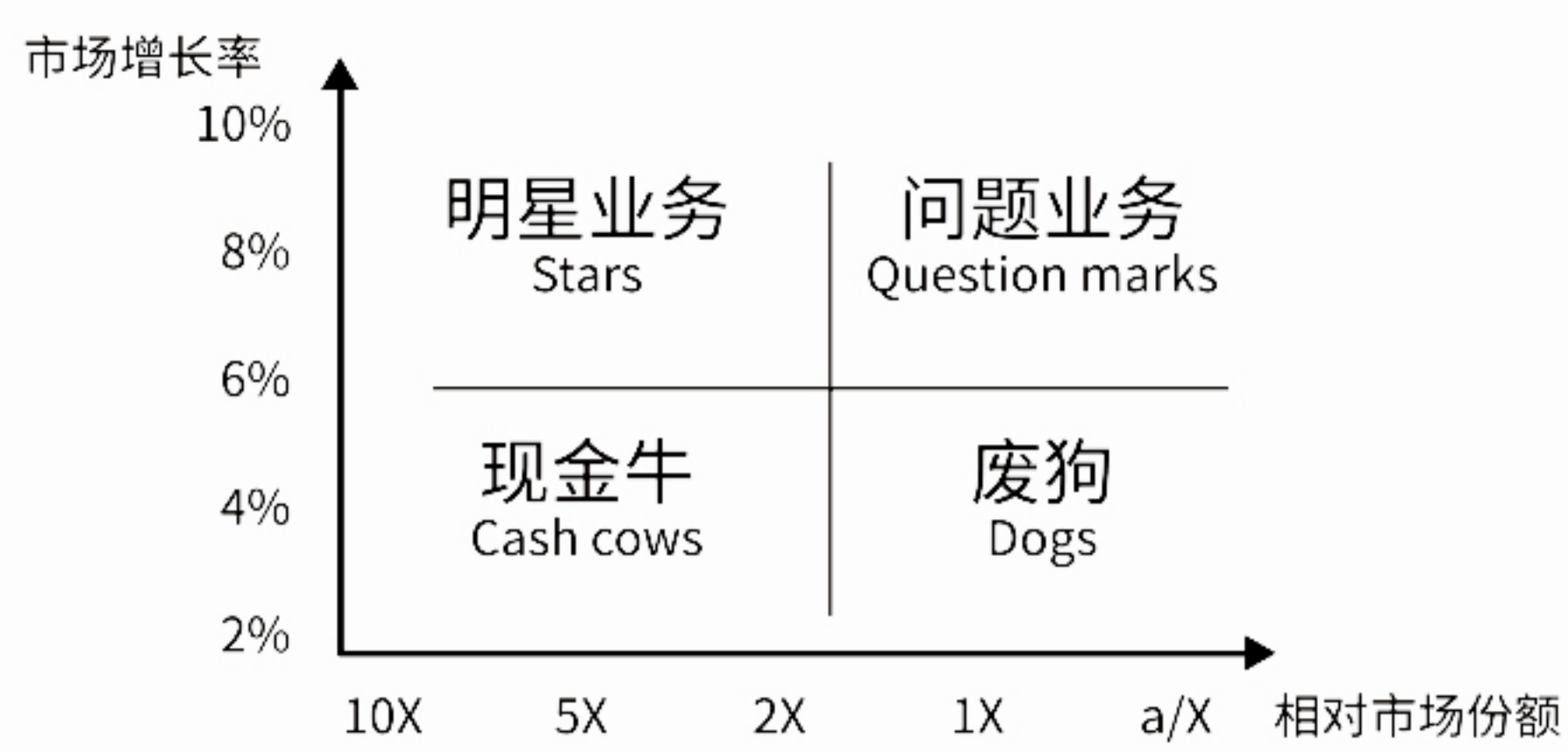


## 同理心模型

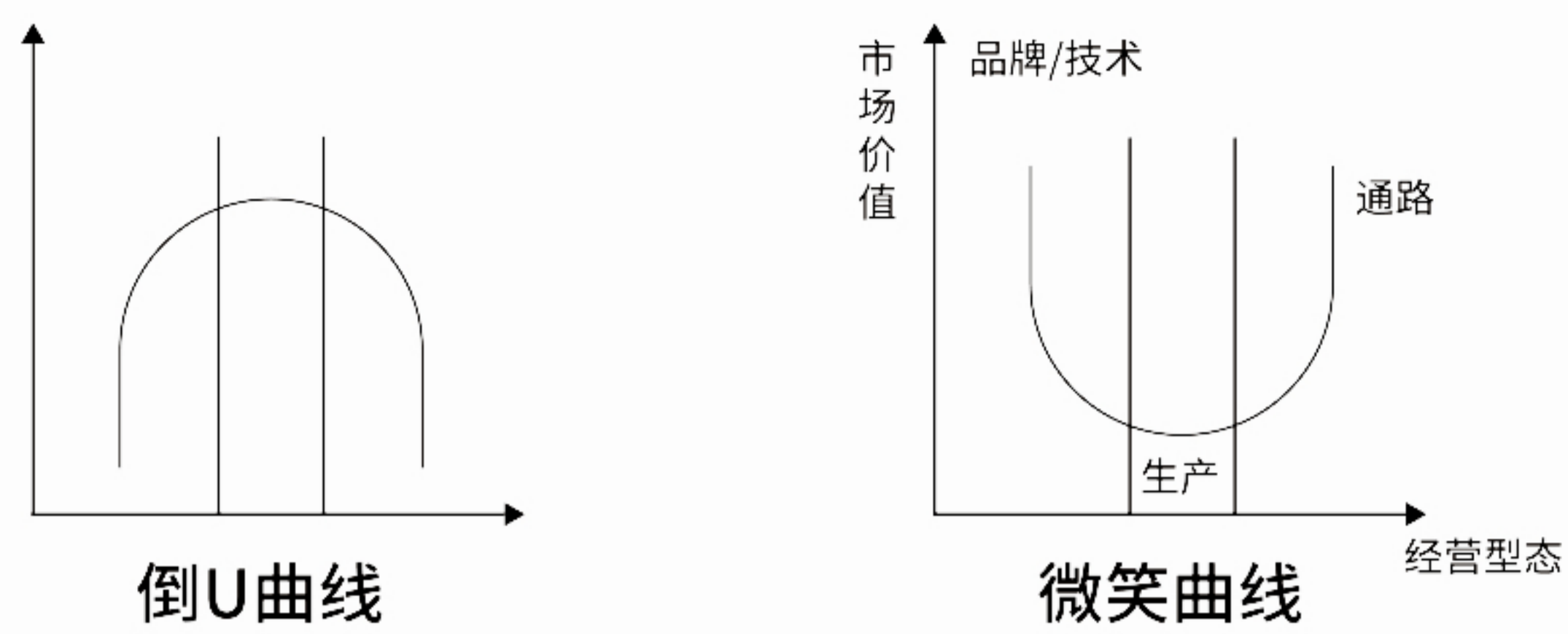


# 创新模块

## 波士顿矩阵



## U型曲线

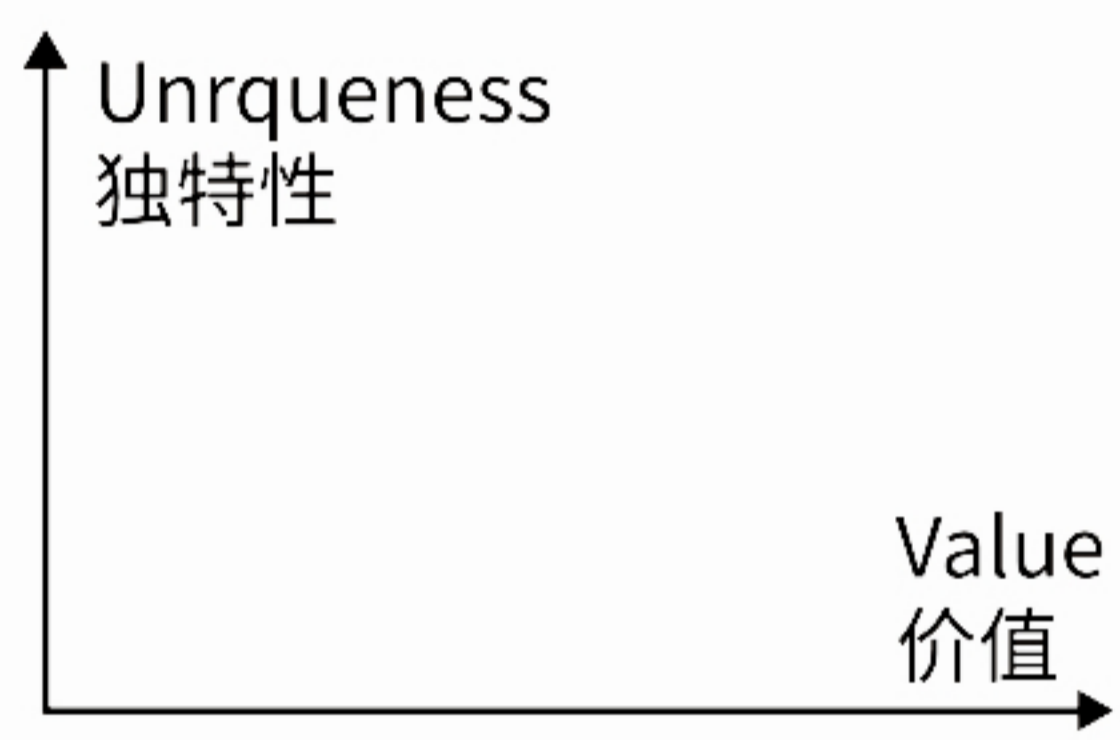


## 商业模式反思模型-BKA

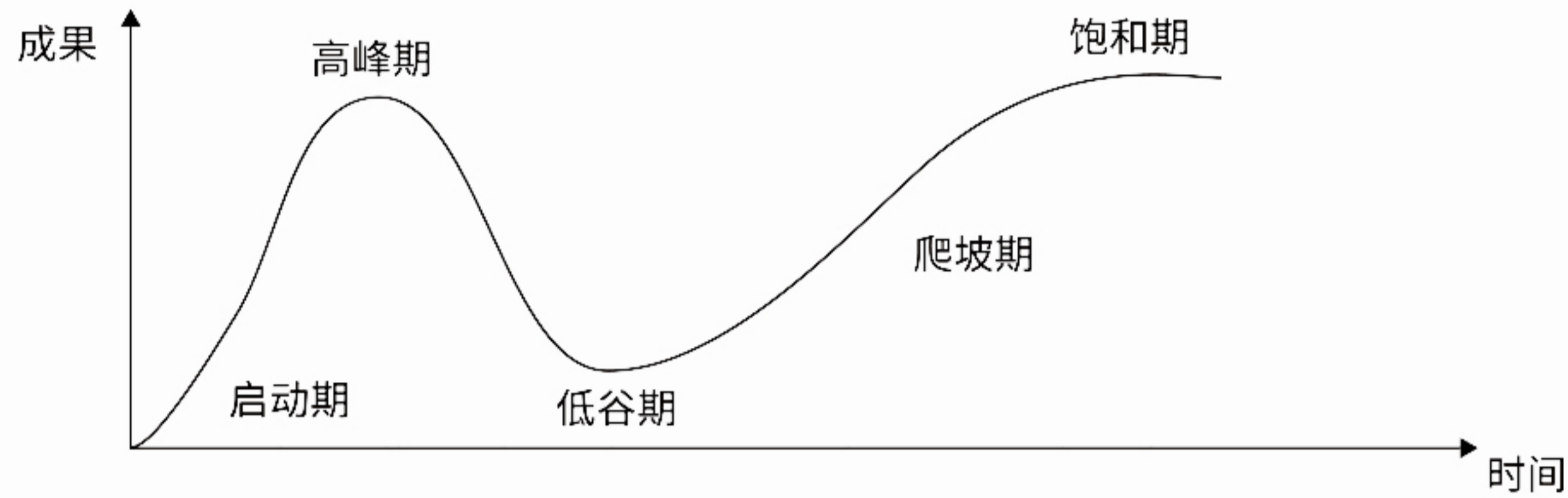
- Bespecific 要很具体
- Keep it simple 简单化
- Ask women 多问问女人

——《盖伊·川崎: 创始的艺术》

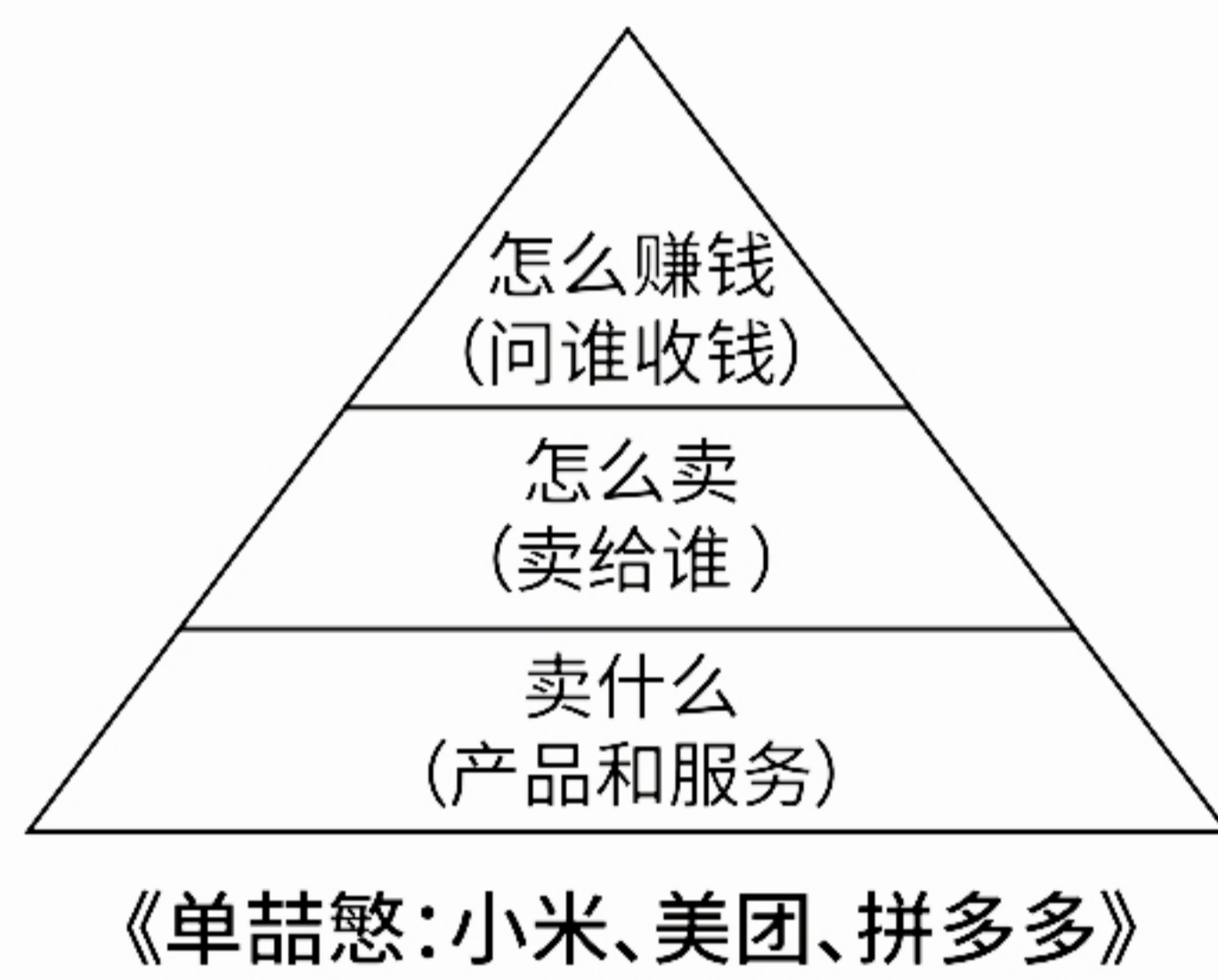
## 价值独特性模型



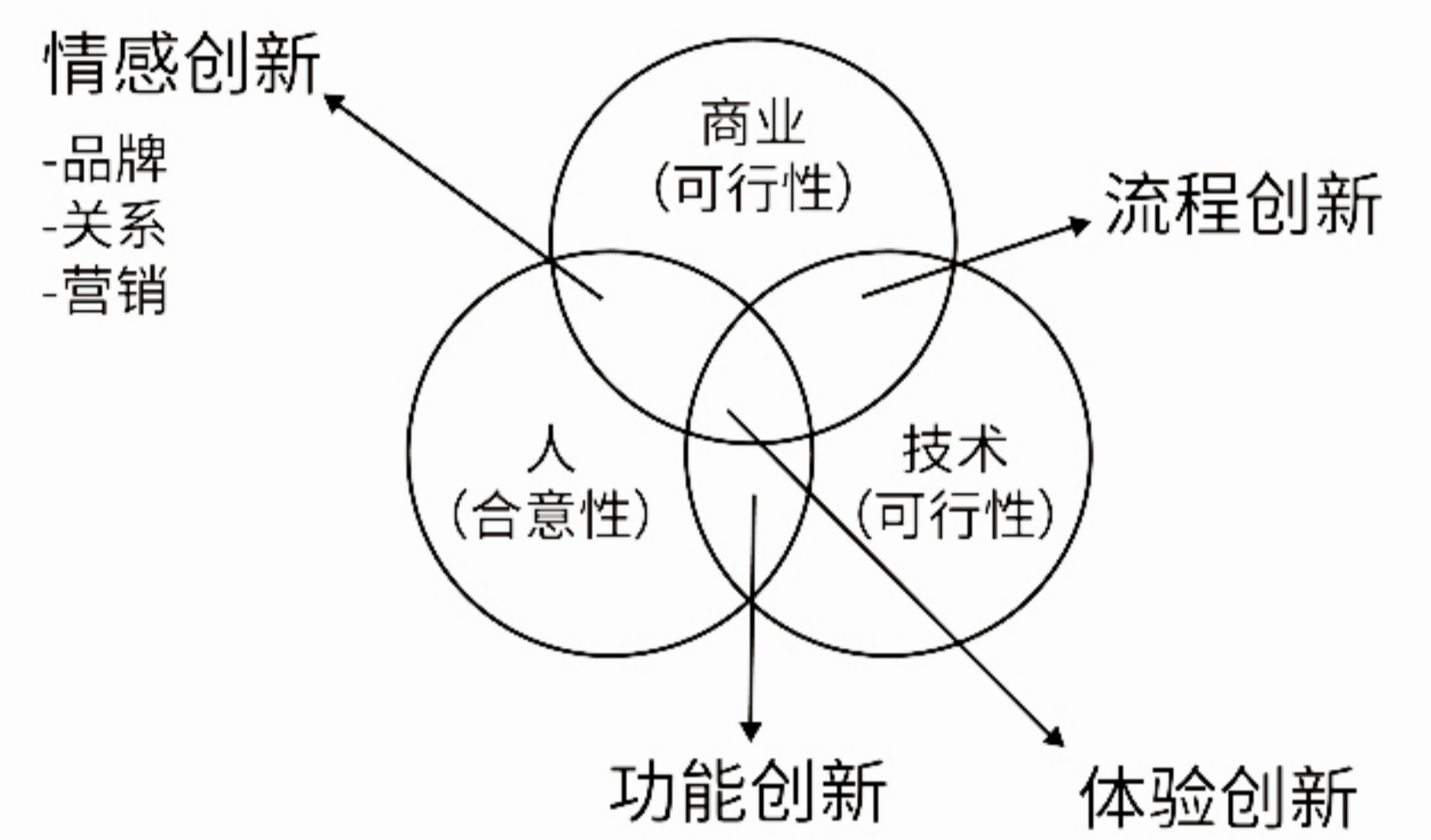
## 技术成熟度曲线



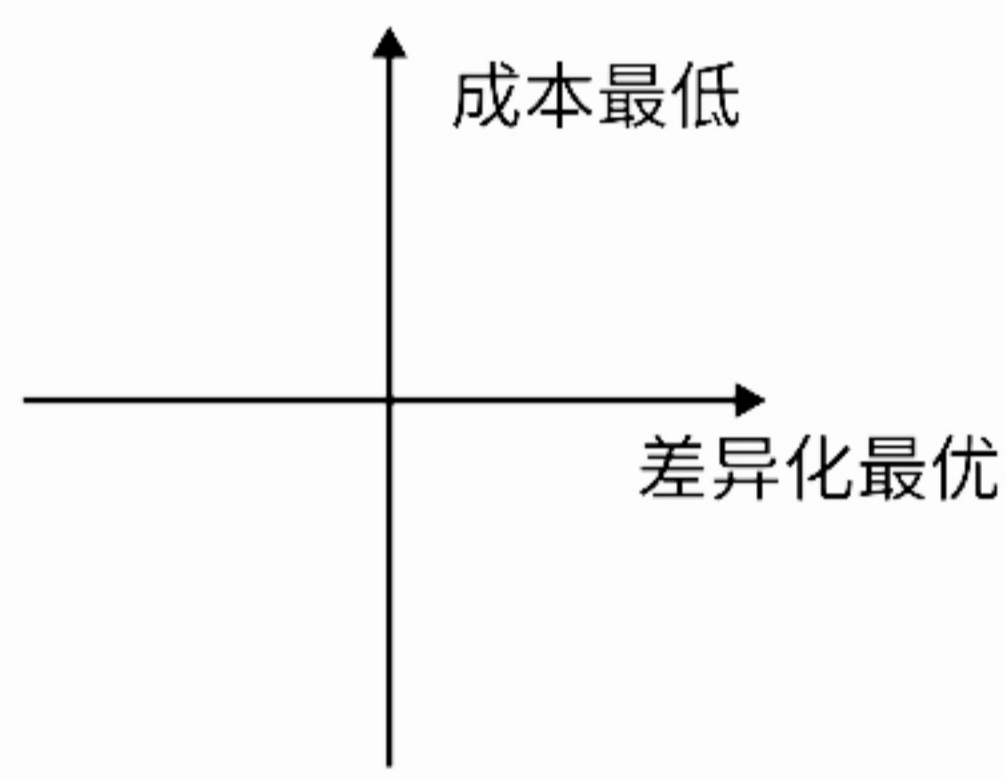
## 新经济企业商业模式分析



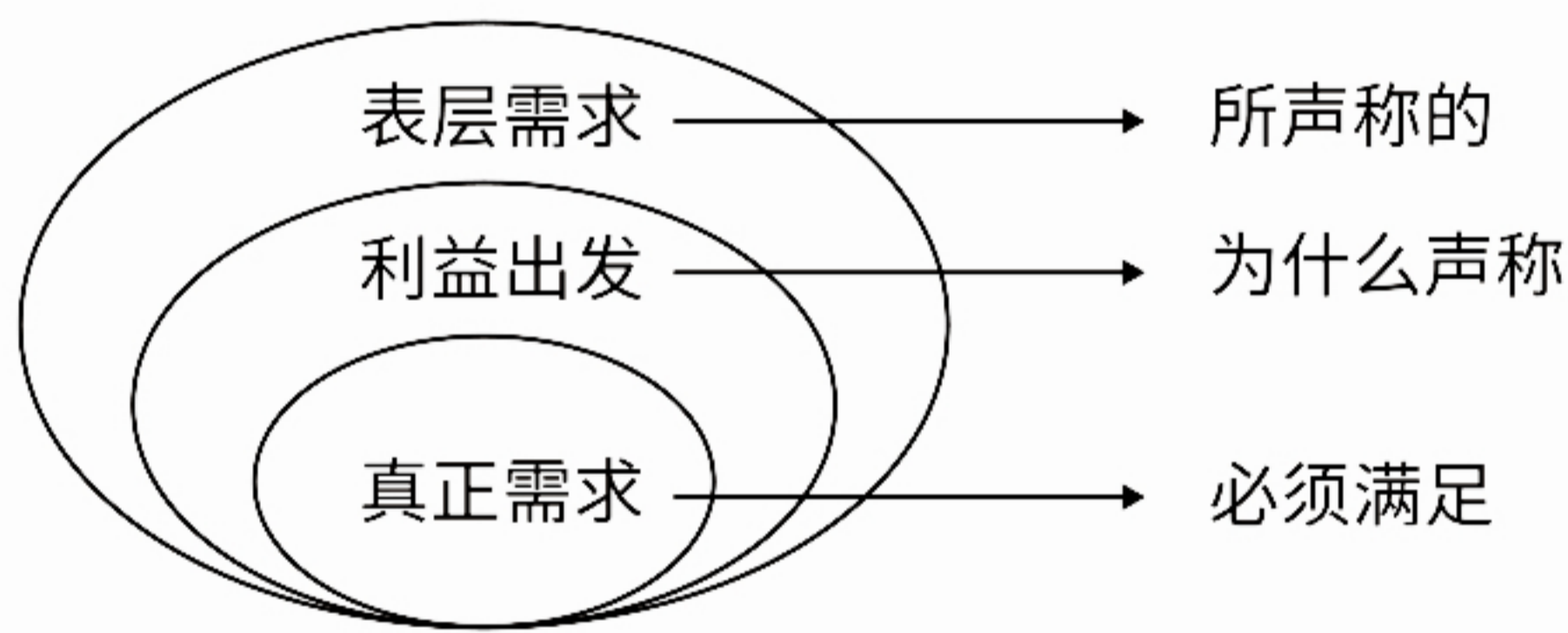
## 设计思维



## 创新的两个向度



## 冲突层模型 - Simon Rsher



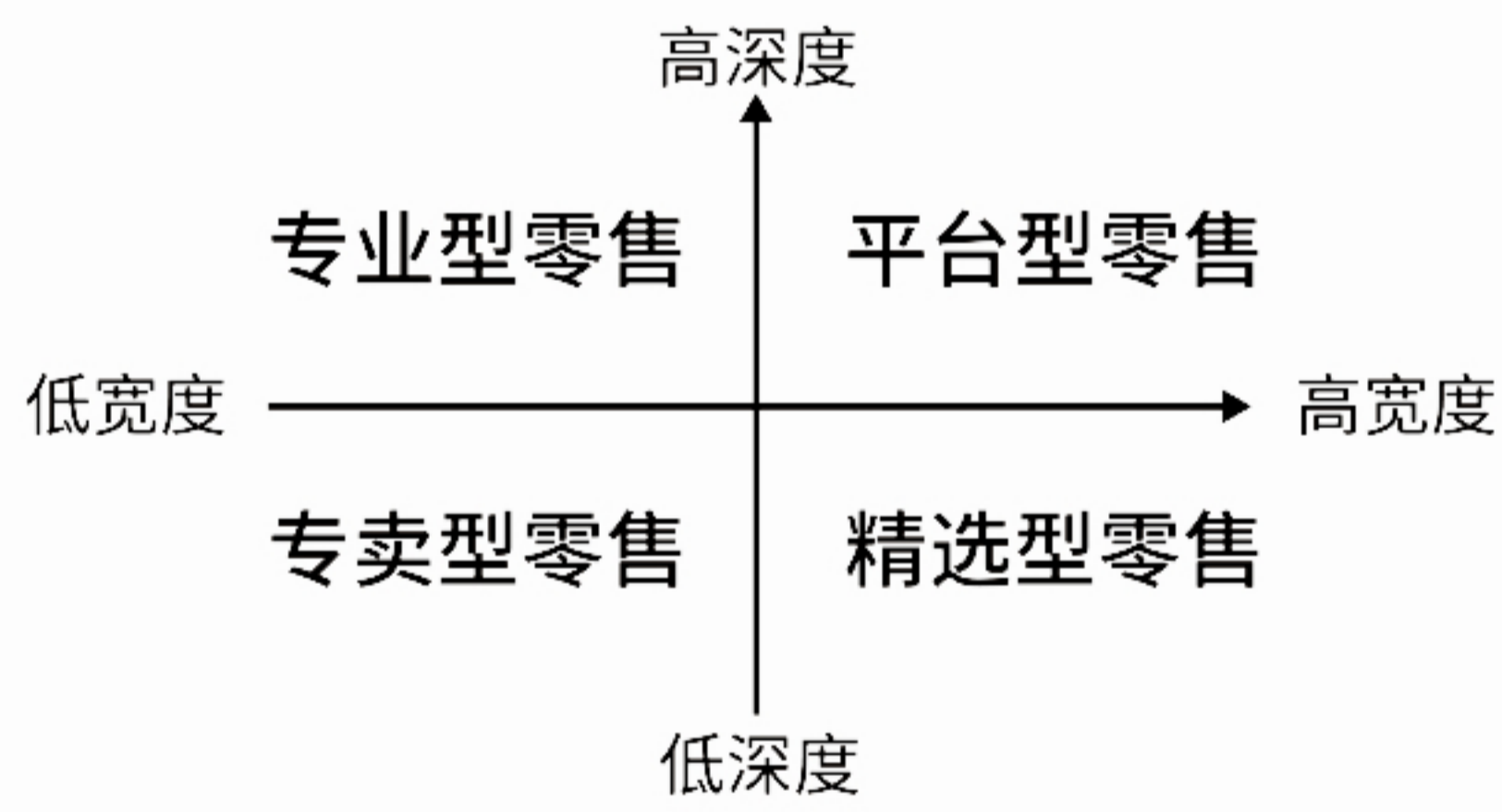
## 分形创新

$$\text{遗传} + \text{变异} + \text{选择} + \text{隔离} = \text{第二曲线}$$

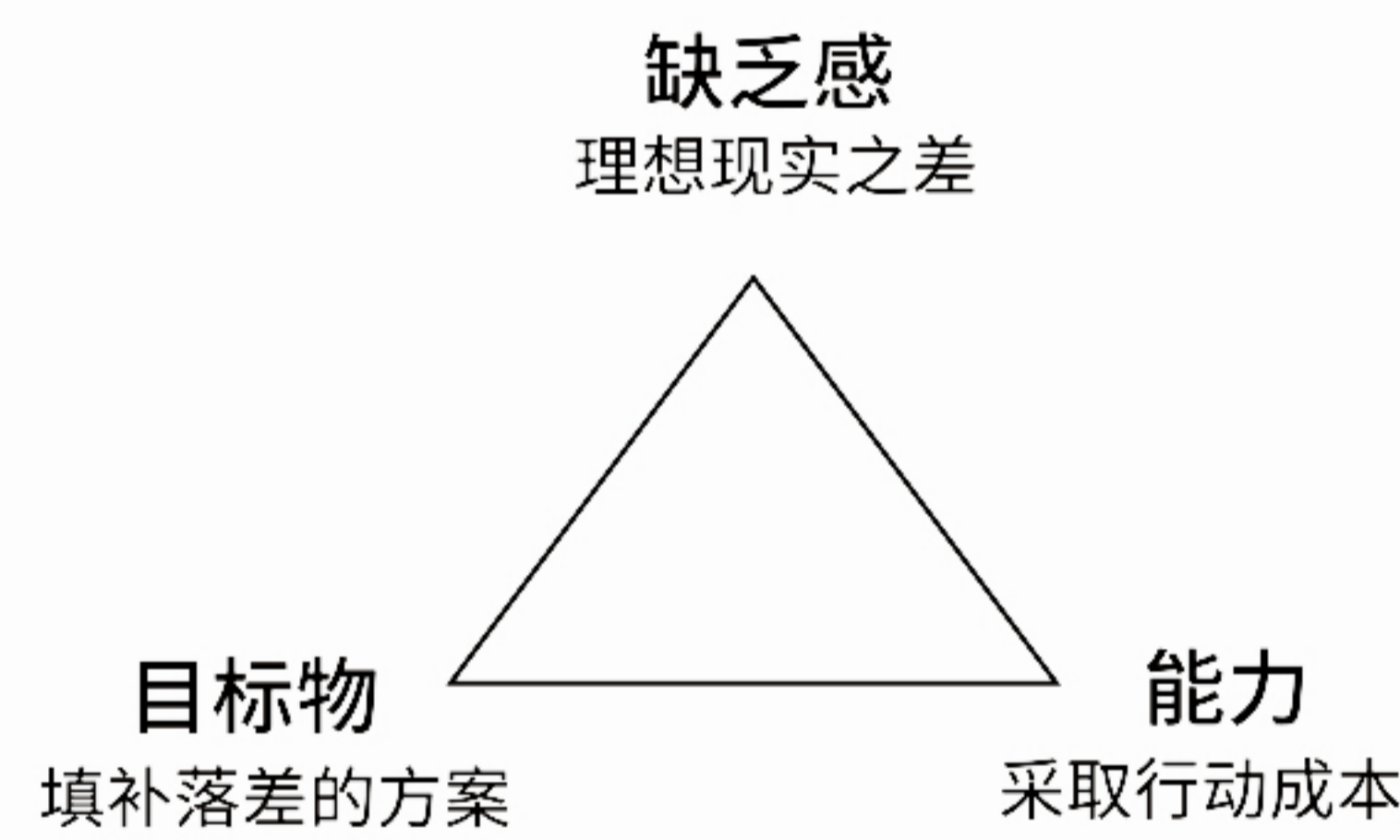
(第一曲线) (分形) (市场选择) (独立小机构)

$$Z = Z^2 + C$$

## 零售品类矩阵

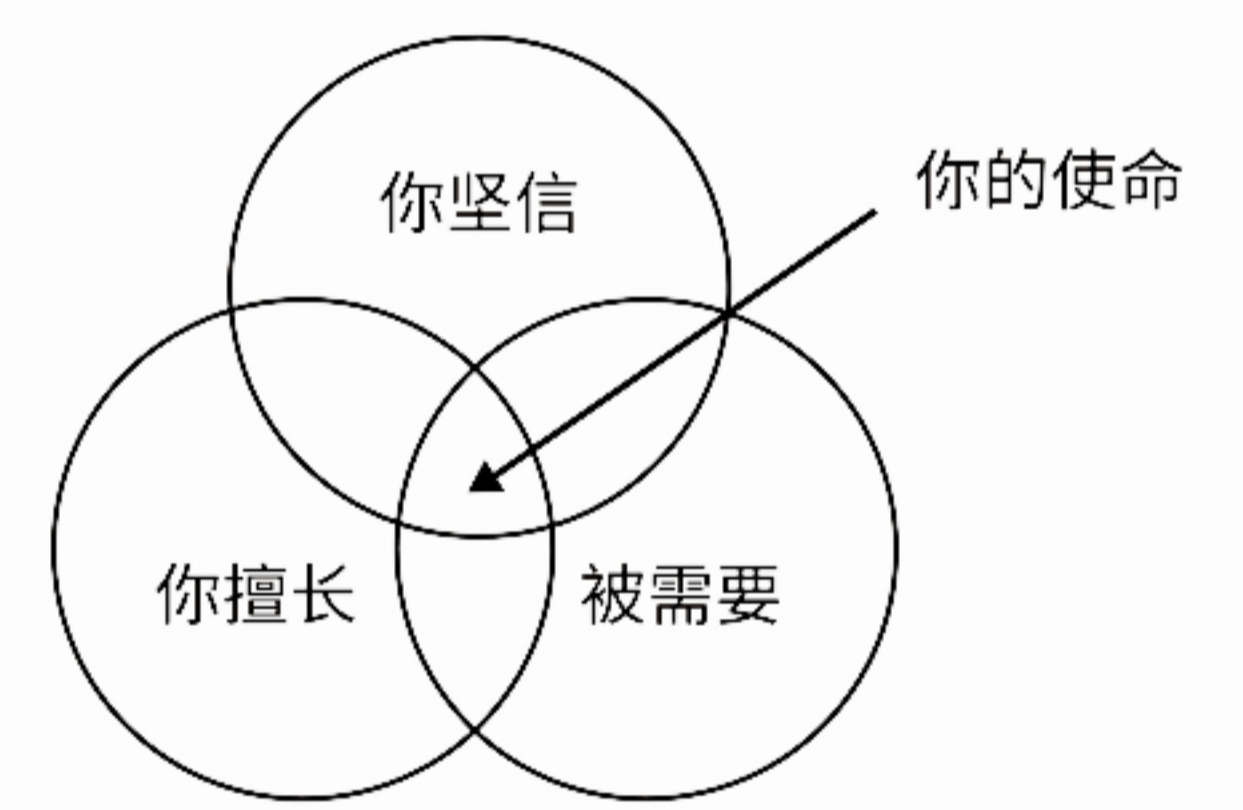


## 需求三角

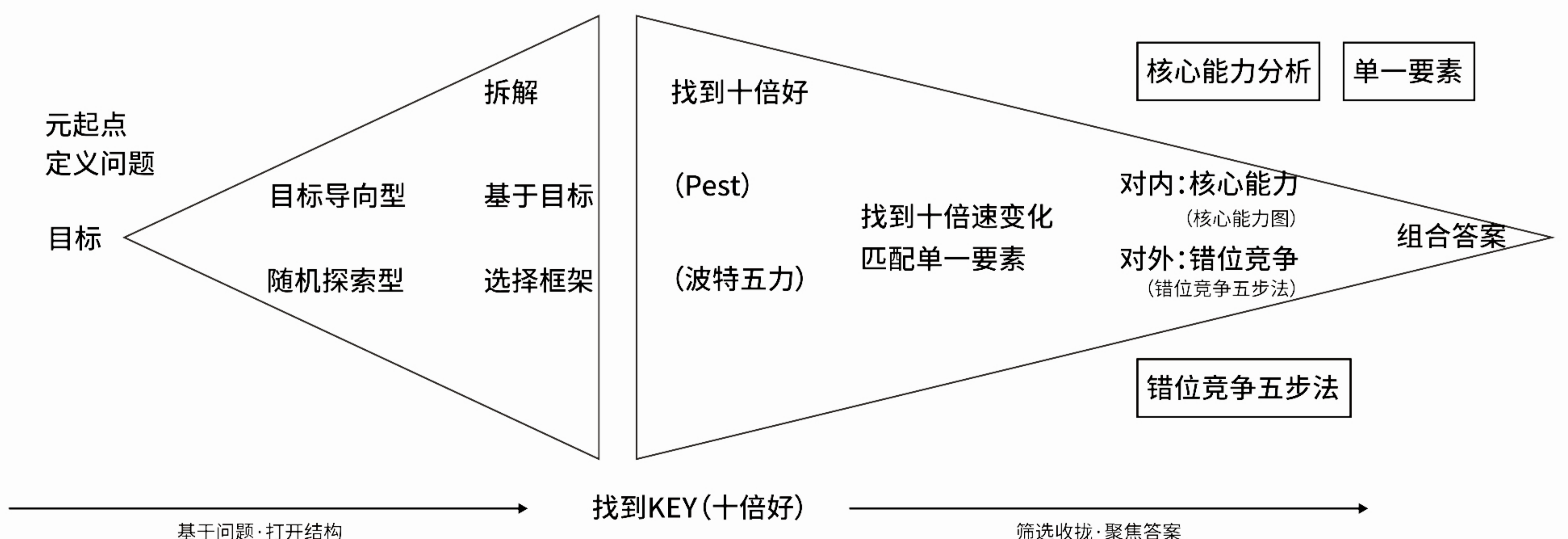


李靖 (李叫兽) 《破解消费者需求密码》

## 使命模型



## 组合创新进阶模型



# 战略模块

## 金字塔原理

相互独立 完全穷尽

### MECE

Mutually Exclusive  
Collectively Exhaustive

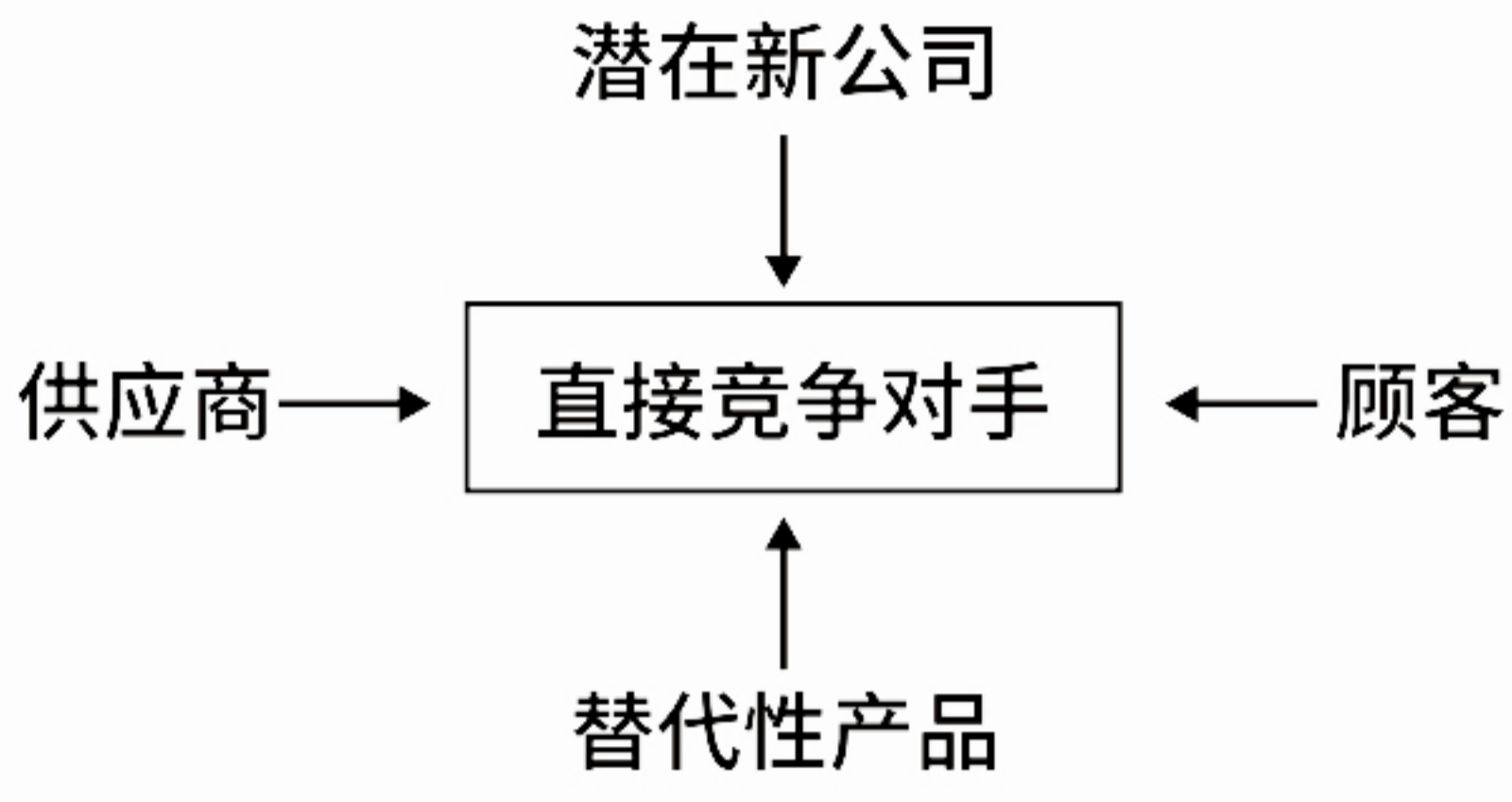
## 供需连之人货场模型

人 ——> 多快好省

货 ——> 人机料法环

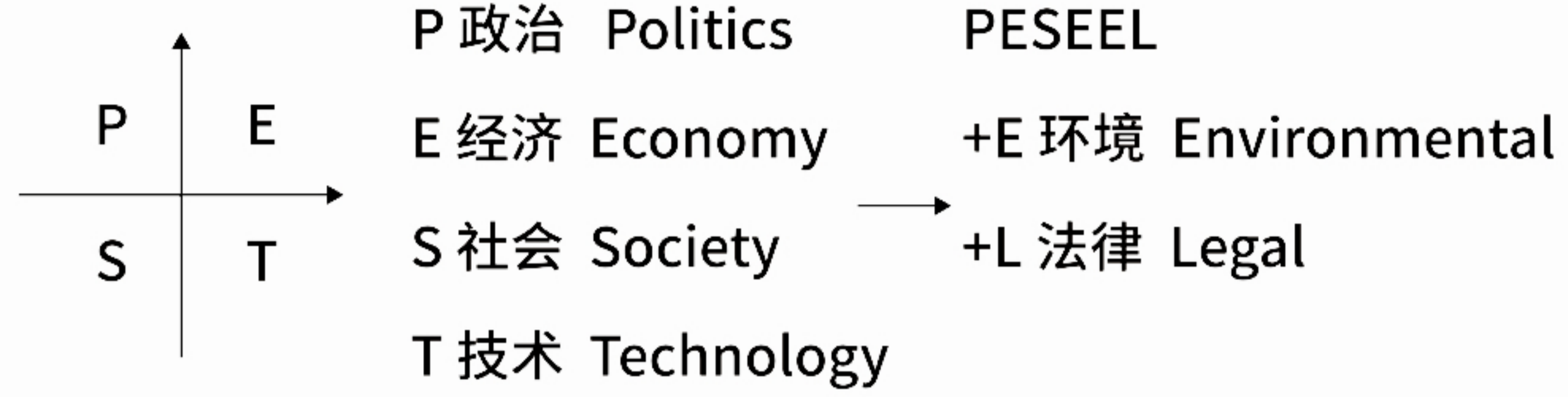
场 ——> 引流、触点、选购、支付、交付、售后

## 波特五力

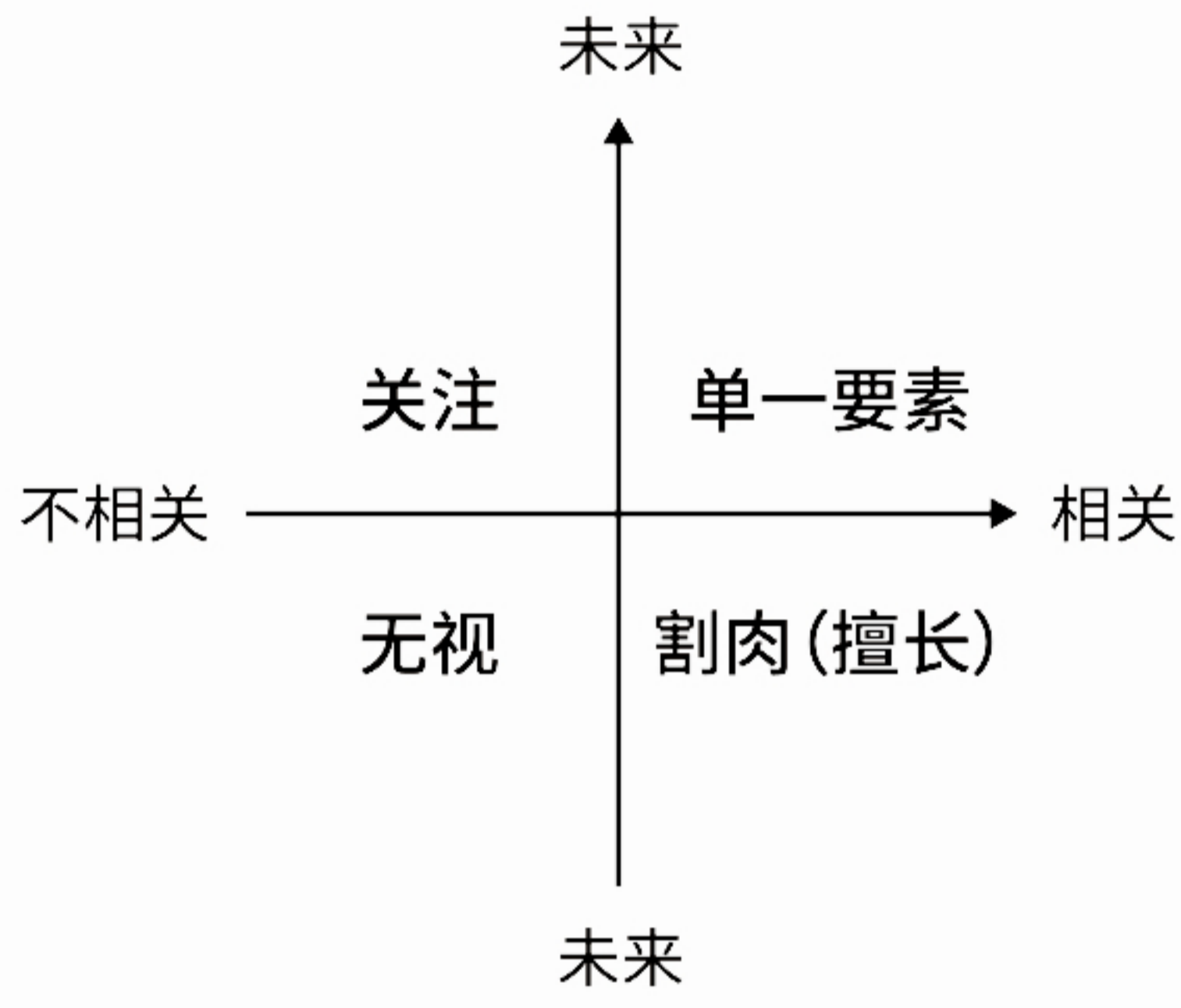


——《吴志祥:同程》

## PEST分析法



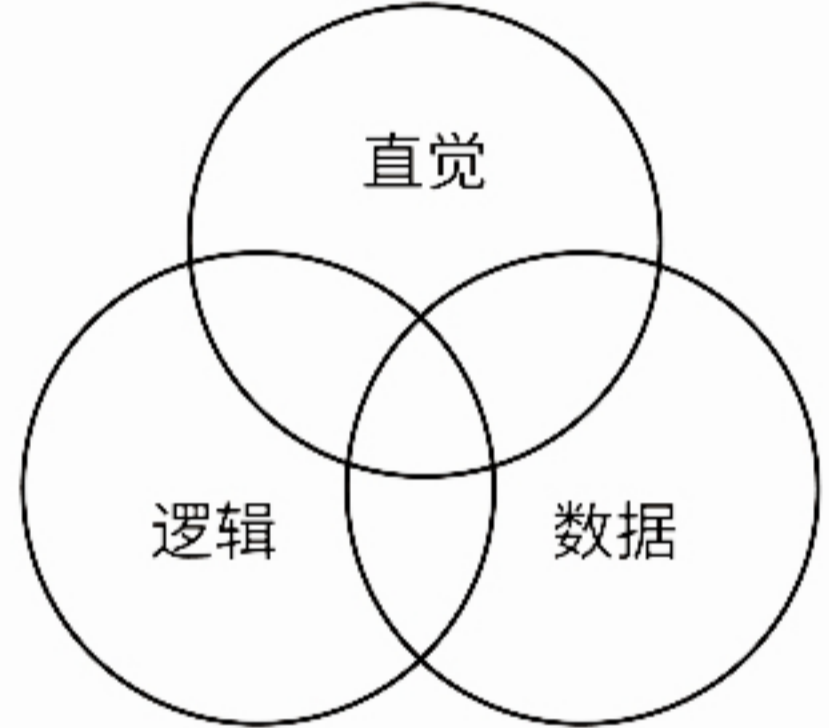
## 单一要素



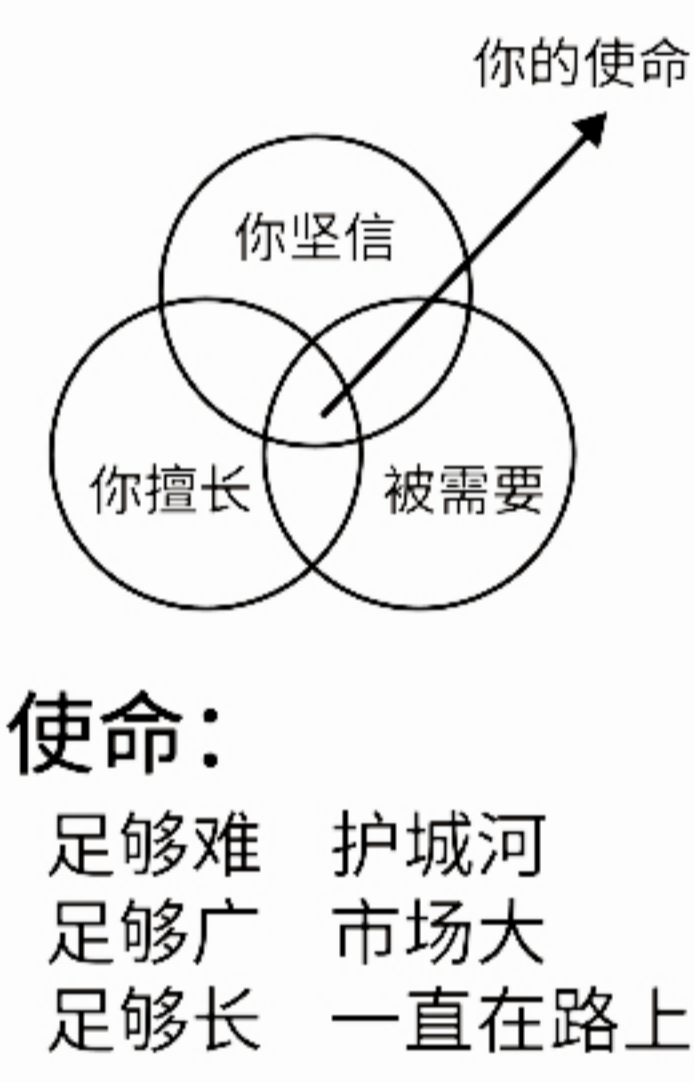
## SWOT



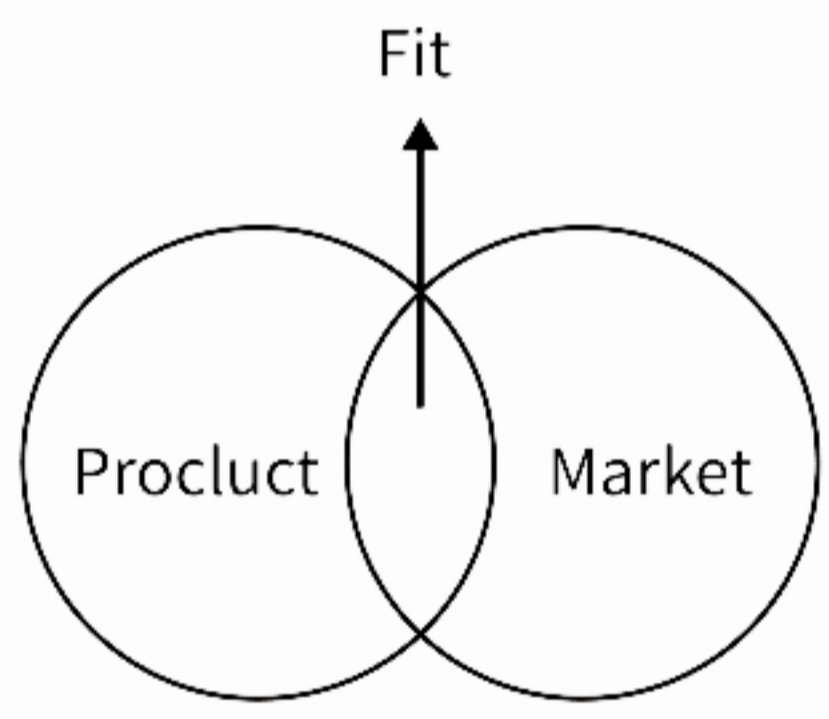
## 数据预测模型



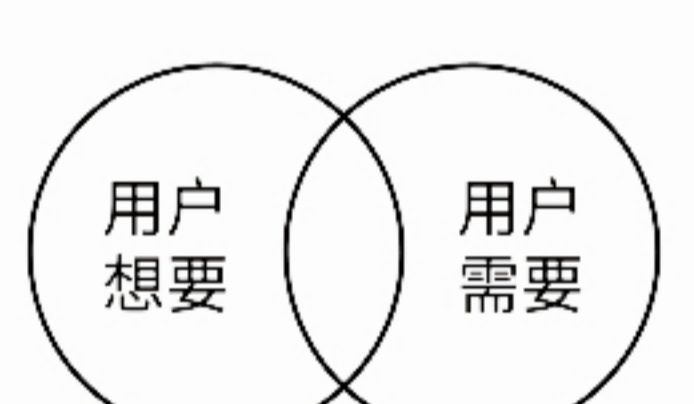
## 战略杠杆



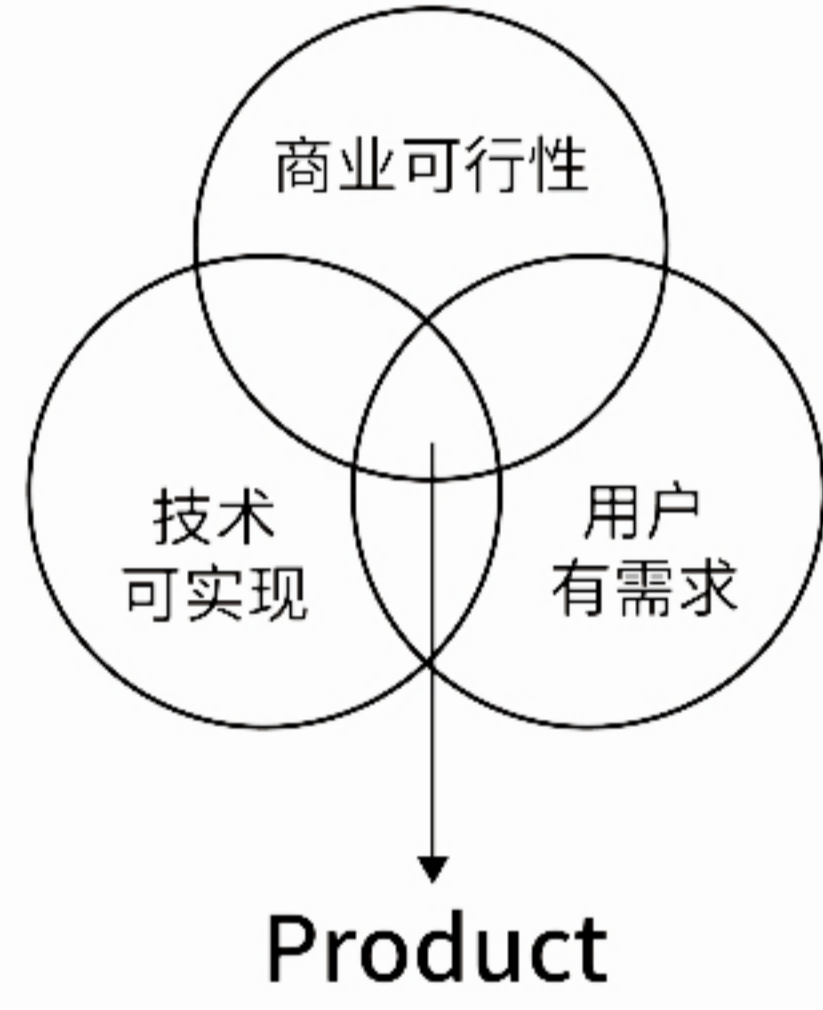
## PMF



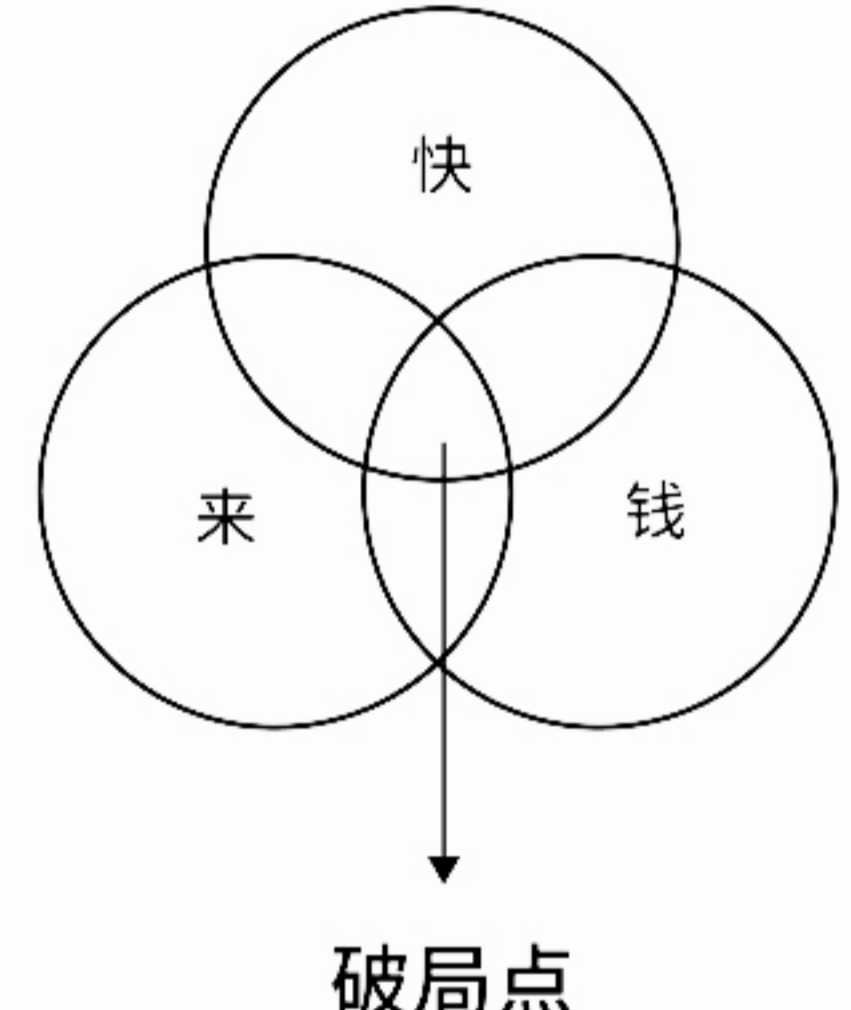
## MVP



## 产品可实现模型



## 快来钱模型

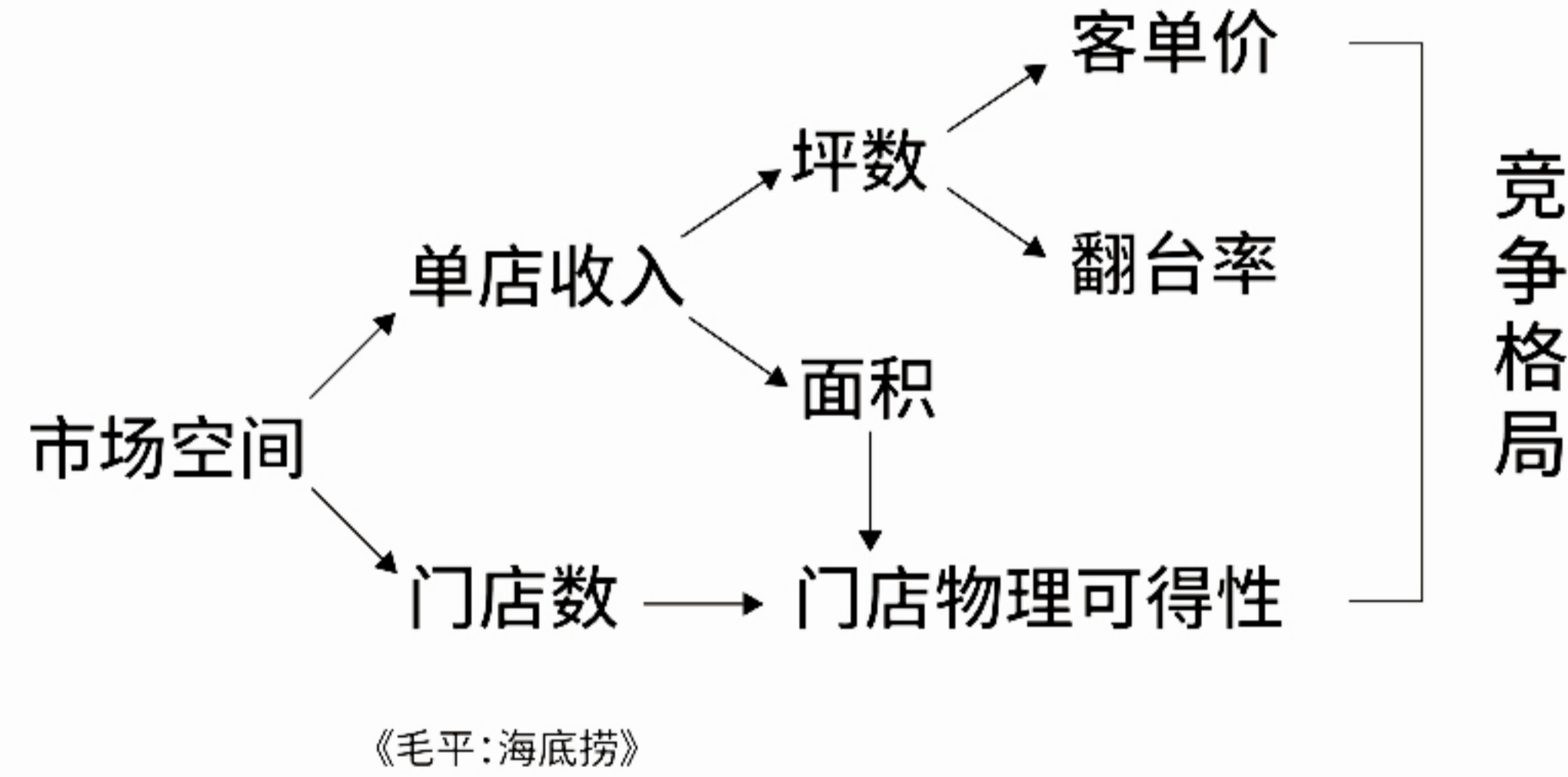


## HBG模型

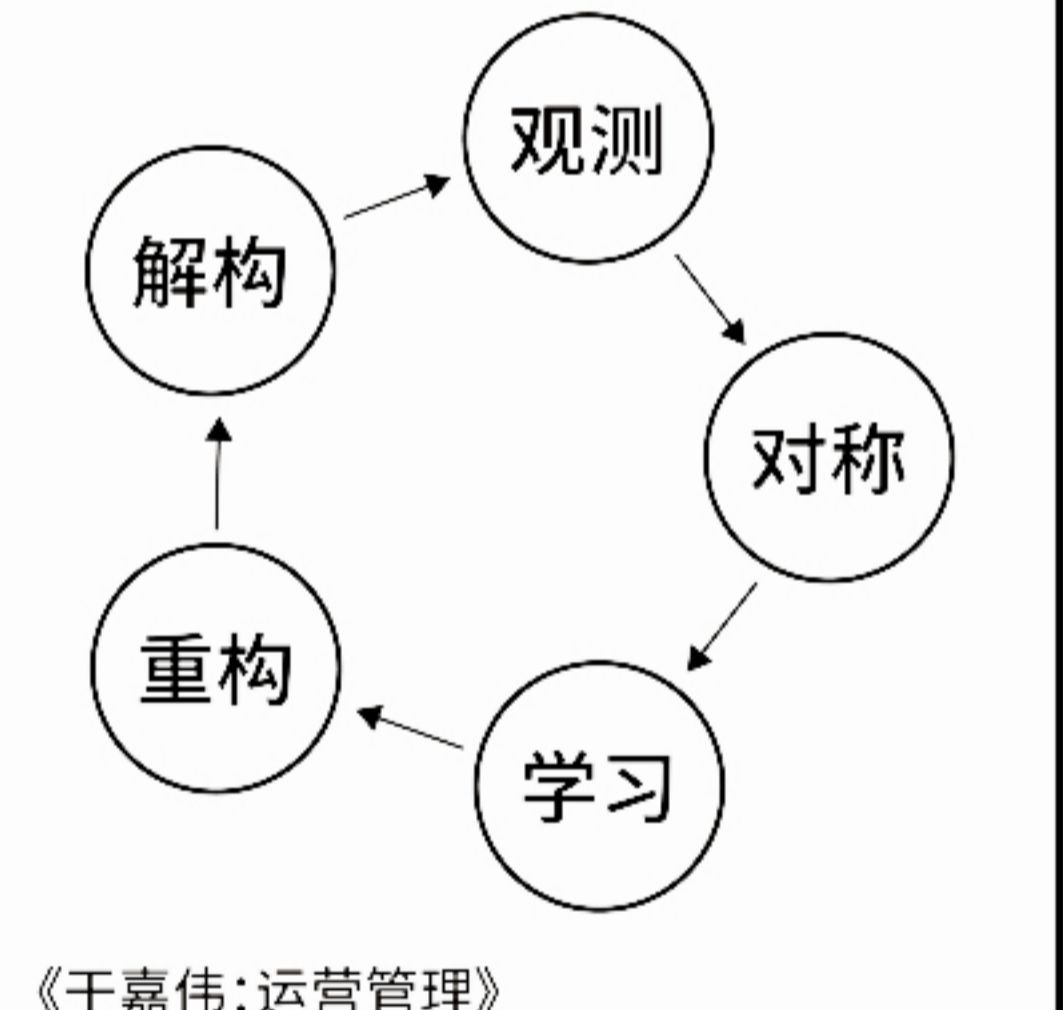
品牌增长 = 渗透率 x 想得起 x 买得到

《何亚彬:宝洁》

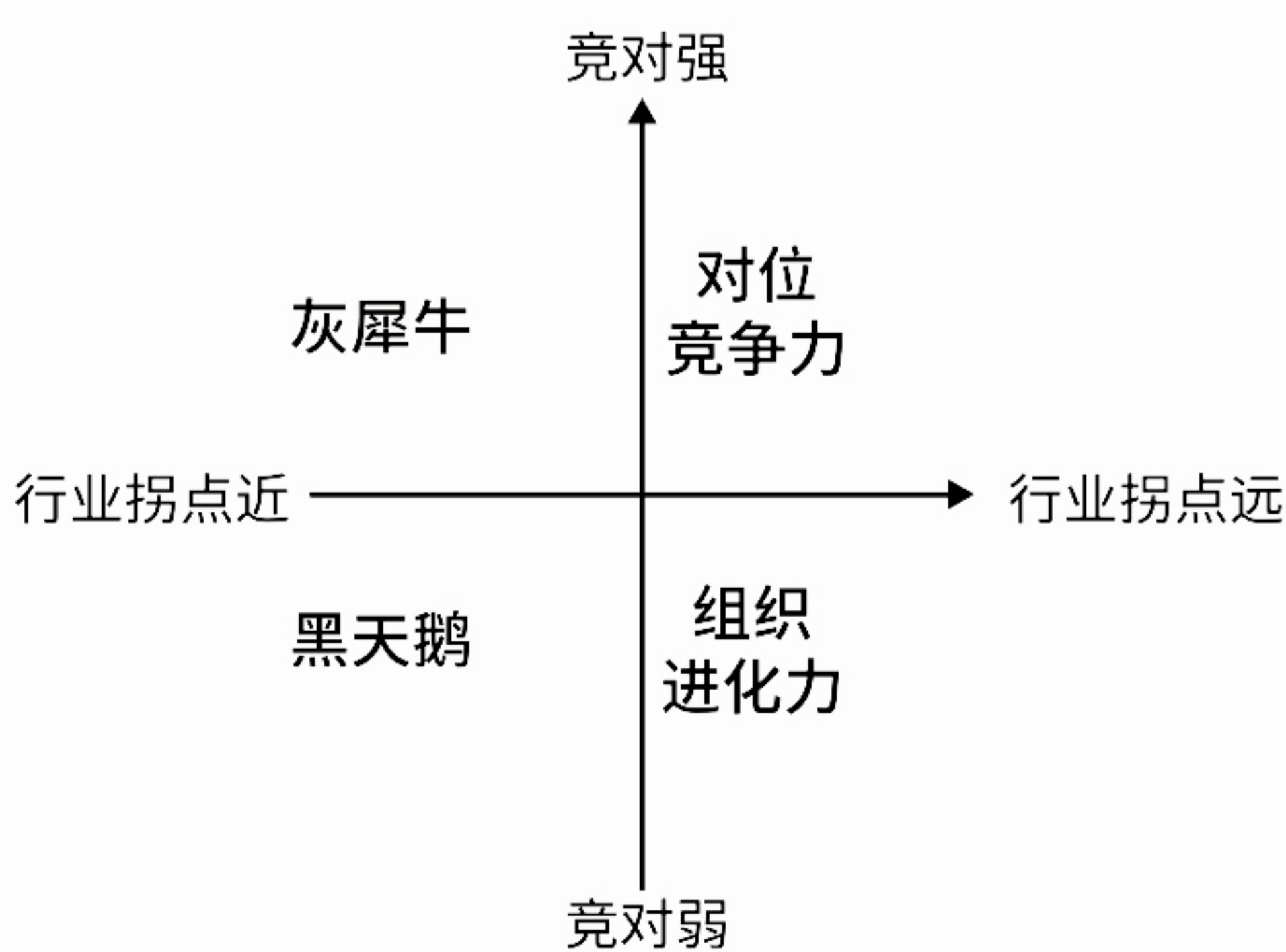
## 餐饮分析模型



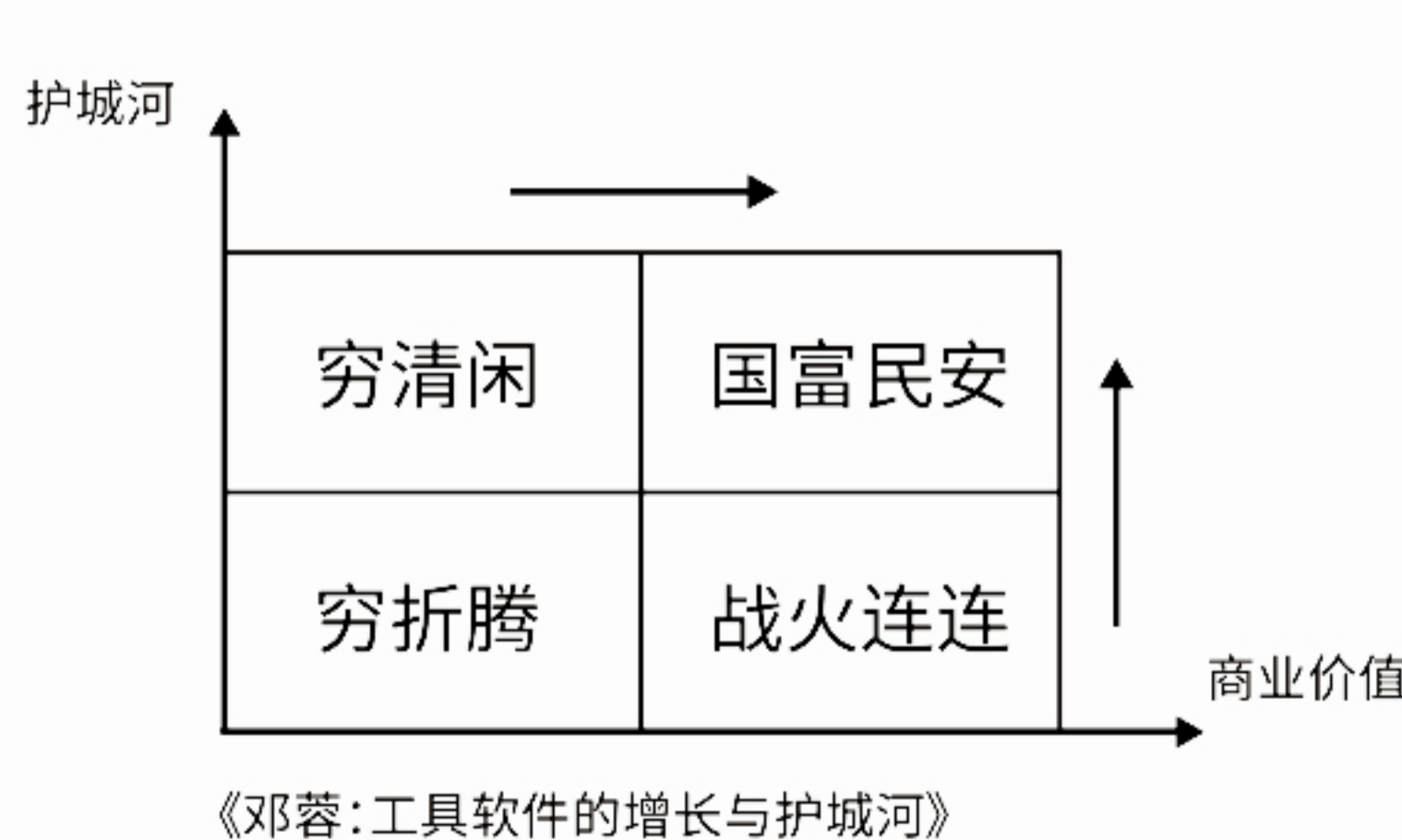
## 科学运营



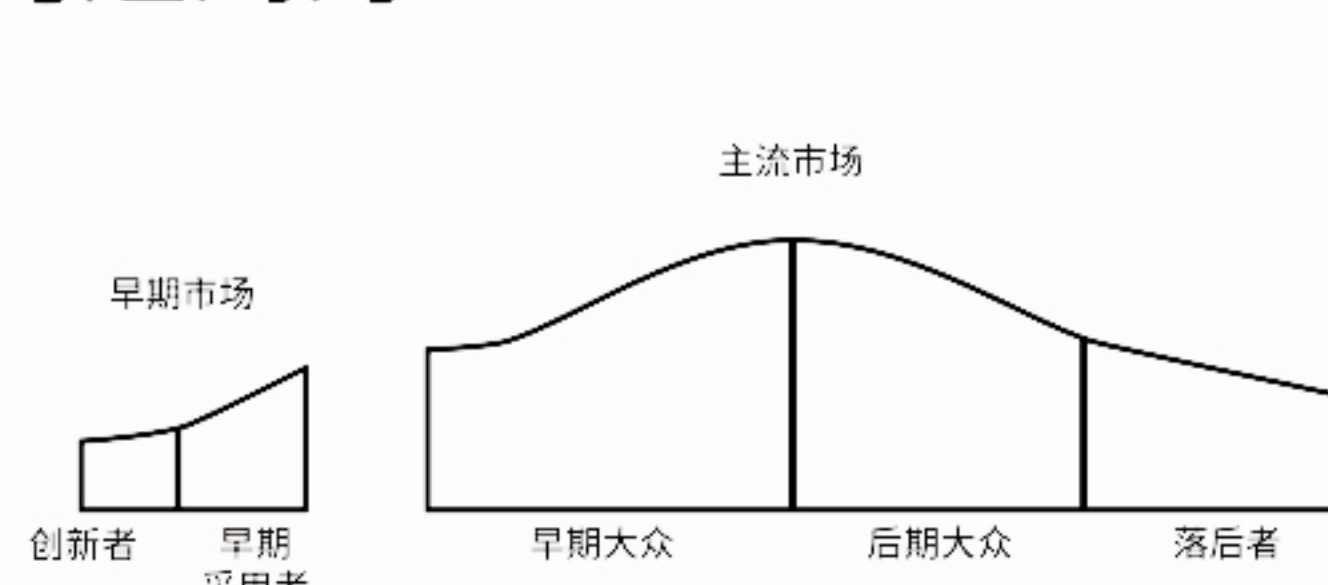
## 竞争对位模型



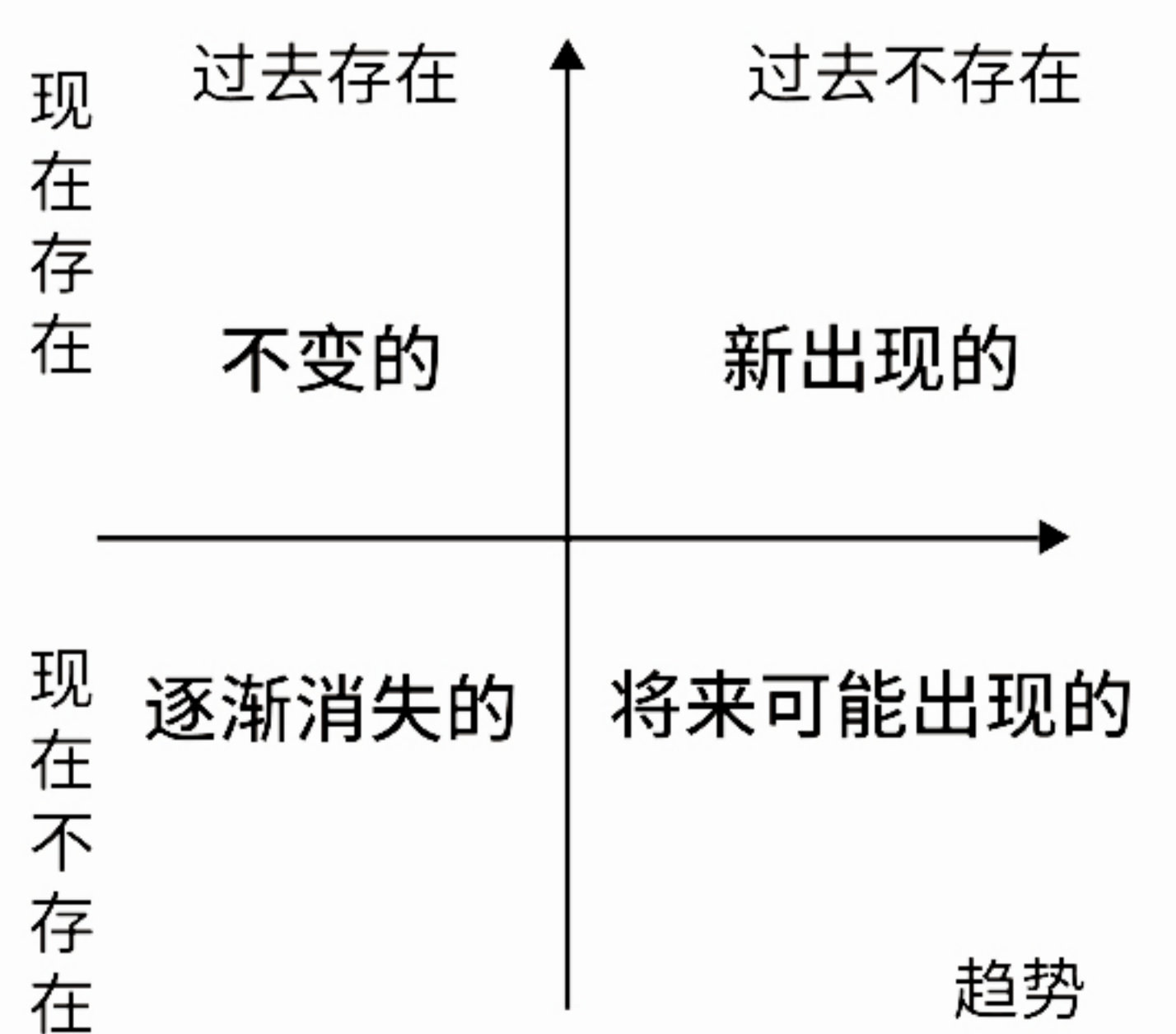
## 价值护城河四象限



## 跨越鸿沟



## 业务判断模型



# 竞争模块

## 边缘分化

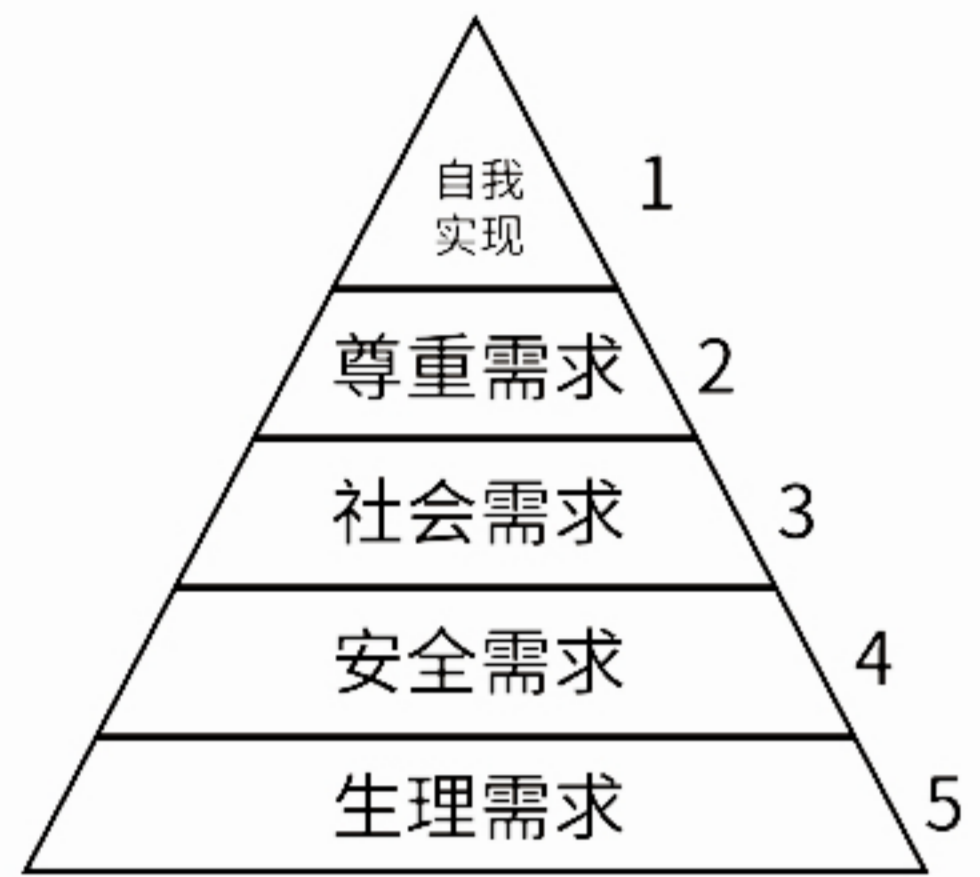
边缘市场三特点：

1. 高风险
2. 低利润
3. 规模小

## 错位竞争五步法

1. 确认赛道
2. 了解主流巨头
3. 寻找机会
4. 组合产品
5. 尝试测验

## 马斯诺需求



《马寅：阿那亚》

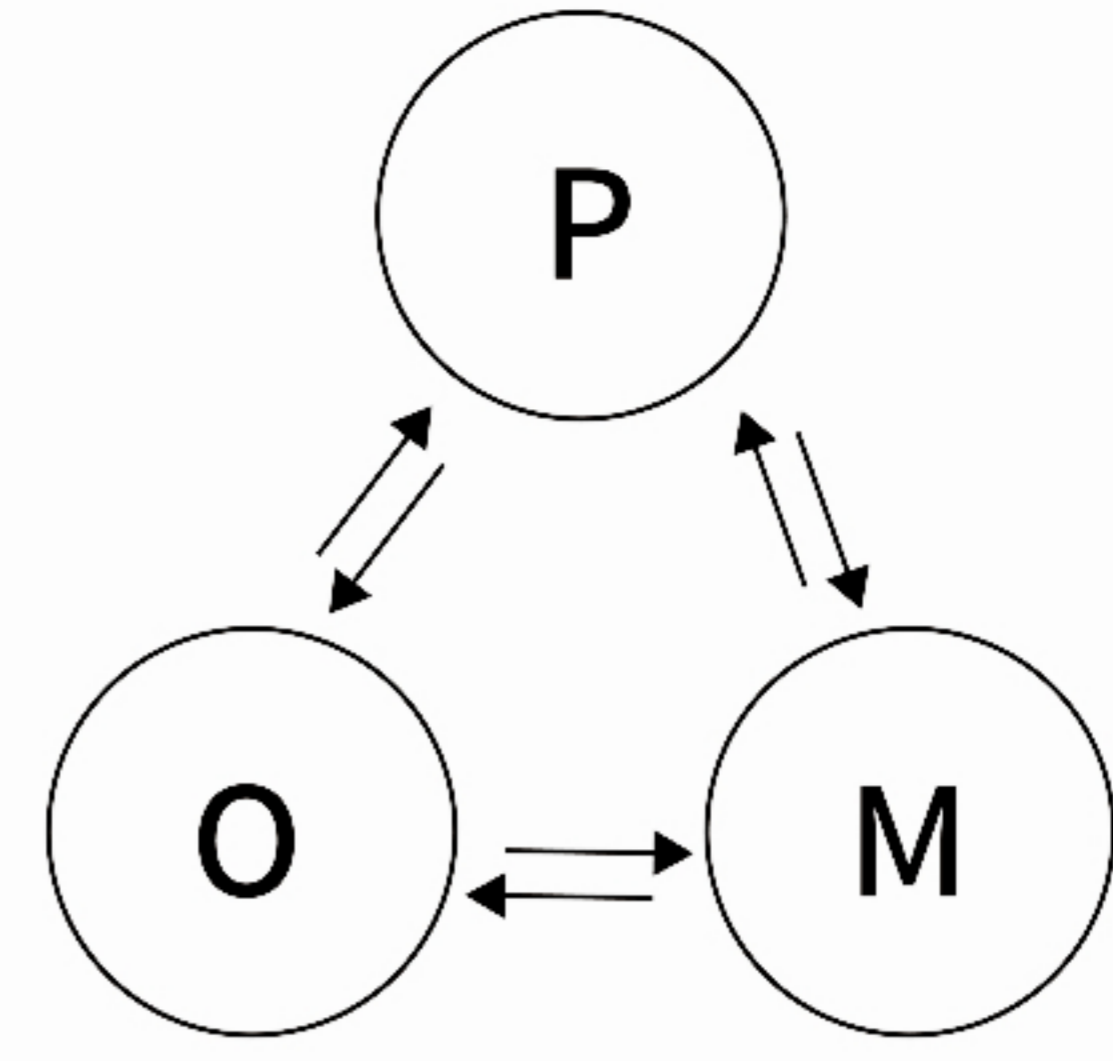
## 颠覆式创新需求识别

Just to be done  
焦糖布丁 JTBD  
(基础任务完成需求)

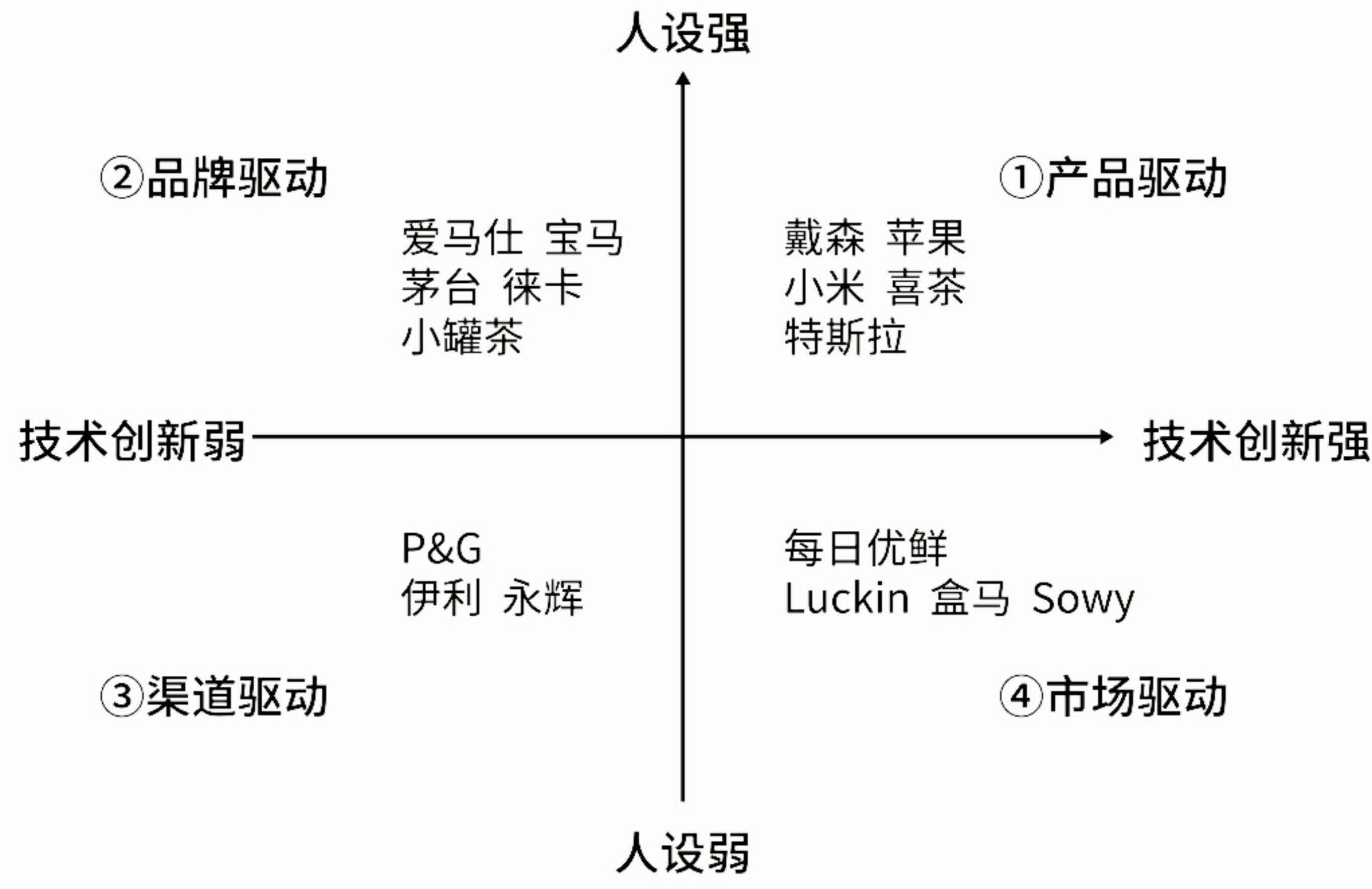
## POM模型

- Piror 个人感知 (不稳定)
- Others 他人评价 (可信而多样)
- Marketers 企业营销 (通常值得怀疑)

零和博弈·此消彼长  
《许晓辉：喜茶》

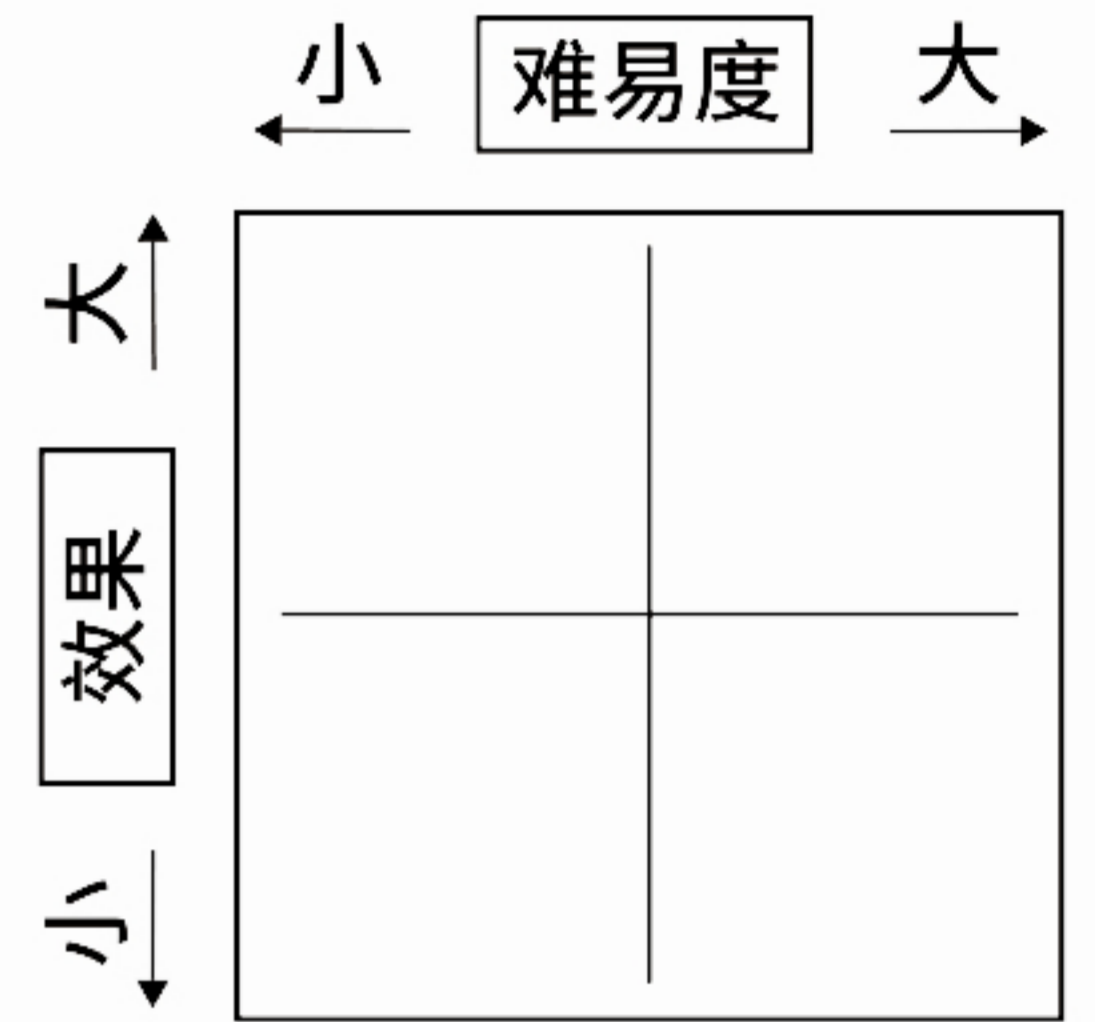


## 品牌绝对价值象限

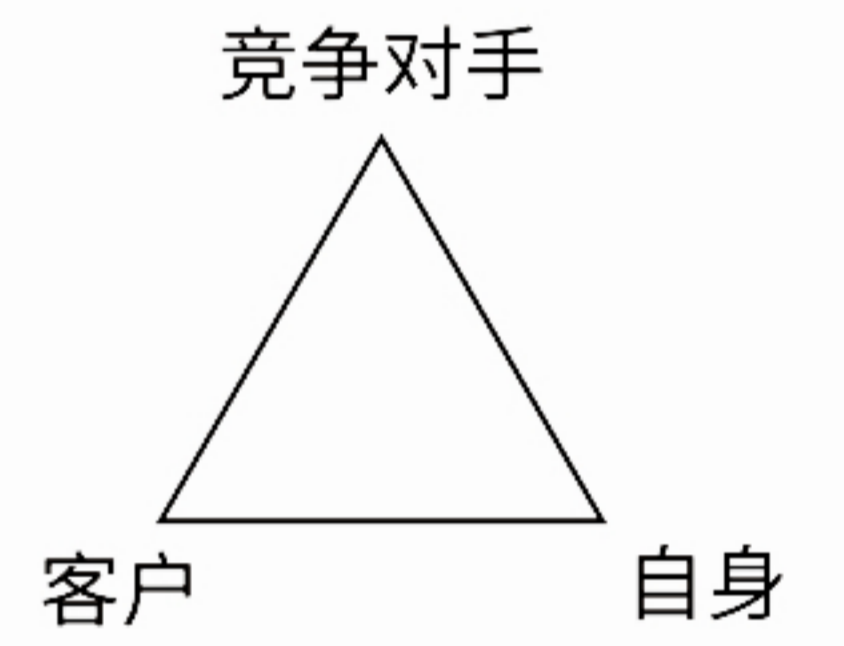


- ① P → O: 高性价比营销 : 高性价比营销
  - ② M → O: 品牌驱动 : 时间沉淀
  - ③ M → M: 渠道驱动 : 难以驱动P和O
  - ④ M → P: 市场驱动
- ①饱和式打击、确定性出、有钱人打仗 (Luckin、盒马)  
②剑走偏锋 (拼多多、微商、社群)

## 报酬矩阵

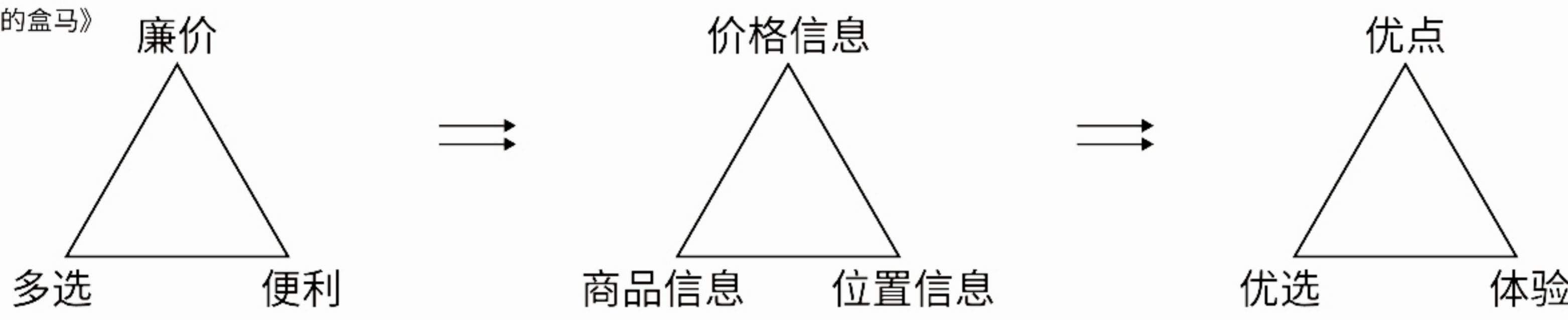


## 大前研一 战略三角



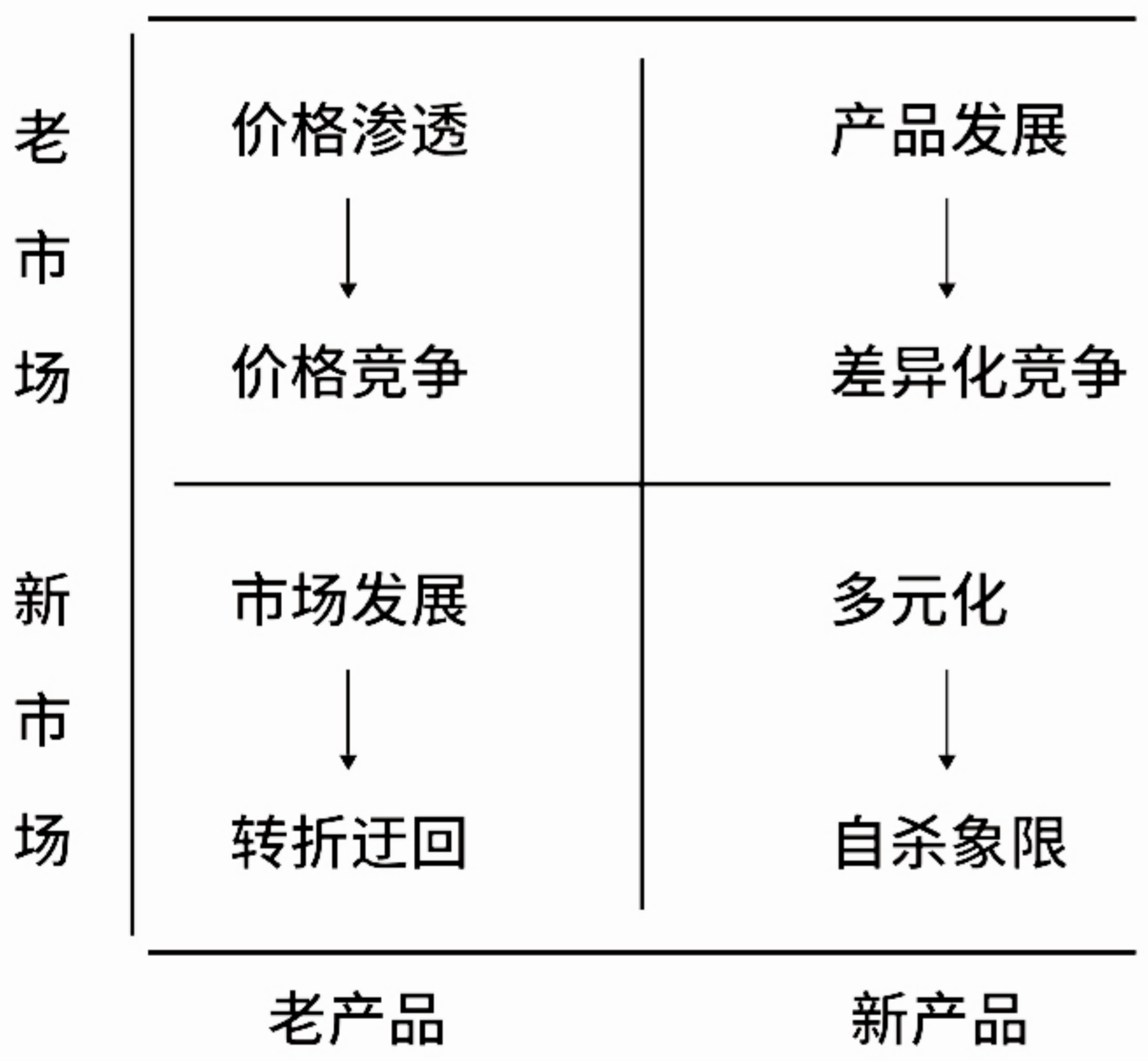
## 零售三角

《朱靖雷：阿里肩上的盒马》

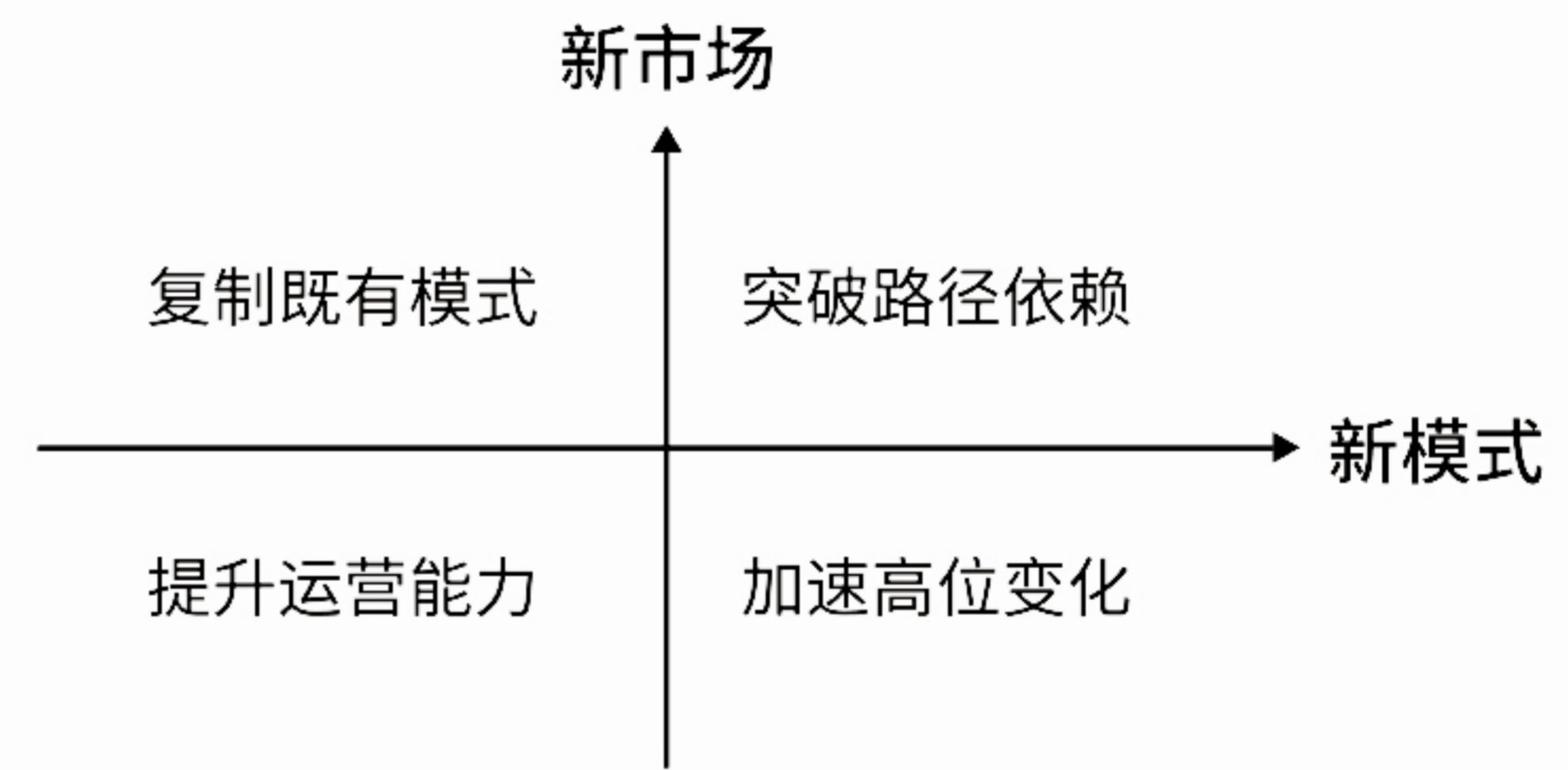


## 安索夫矩阵

《孙金云：趣头条》

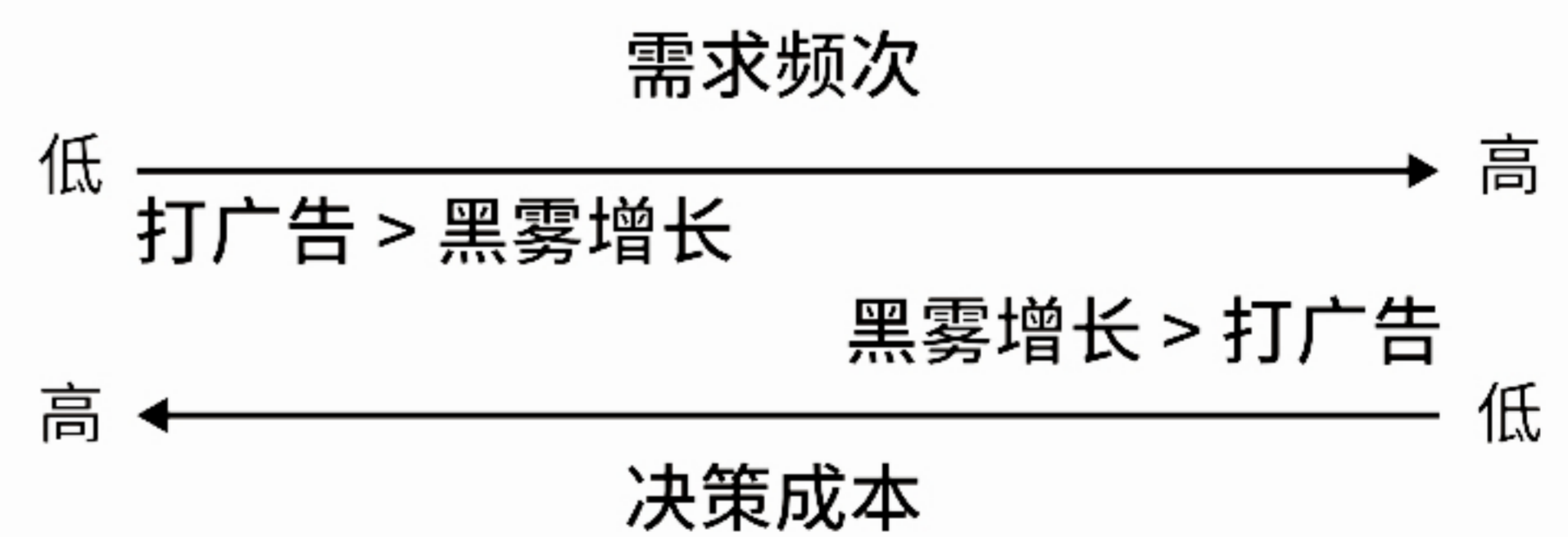


## 市场模式识别模型



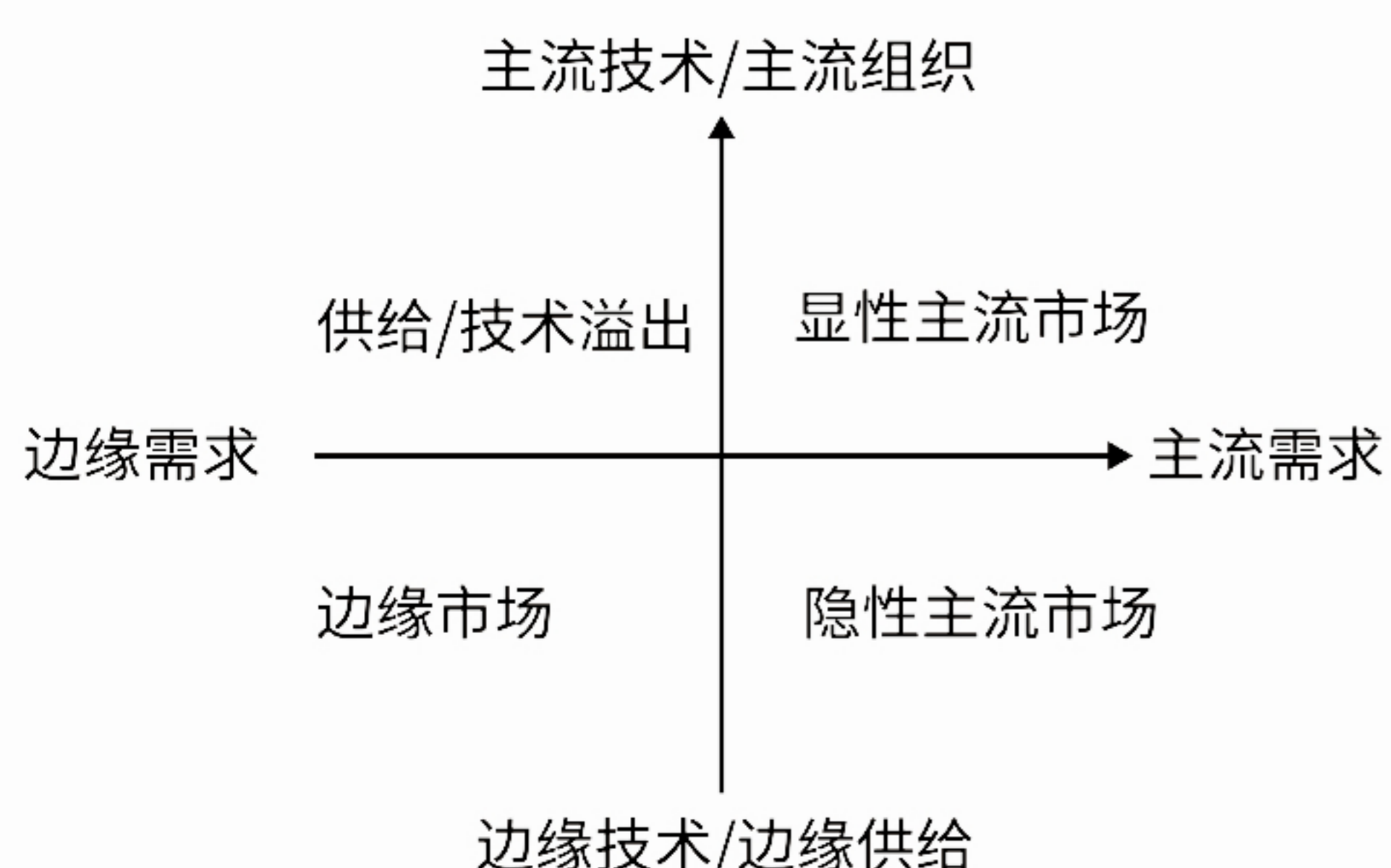
《沈拓：快手》

## 增长战略选择



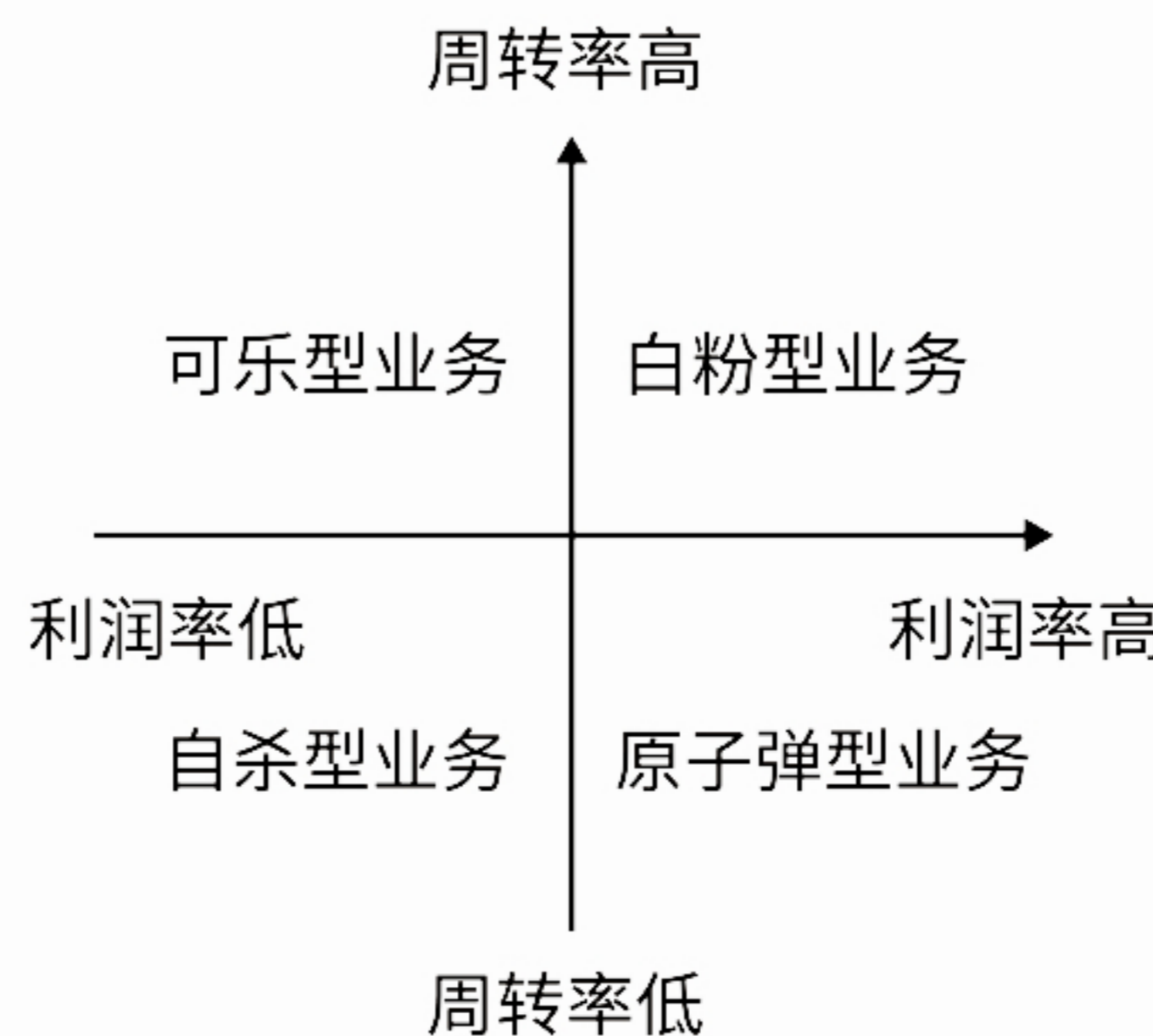
《陈璐：转转》

## 需求技术模型



## 产品矩阵

——李善友《颠覆式创新》



## Matrix矩阵

