

《创新思维加速器-创新问题分析与解决》

当人们提起苹果，无疑就会第一反应乔布斯的形象，尽管乔布斯已经离开我们十多年了。提到特斯拉，甚至是提到电动车，就会自然想到马斯克。自从马斯克的火箭成功回收再利用，提到火箭和火星，首先想到的，还是那个高大、帅酷的马斯克。科技信息时代，从技术公司开始，善于创新发布的创始人无一例外均成为公司的代言人，这个现象始于苹果、微软、英特尔的个人电脑时代。

创新已经成为驱动经济增长，驱动企业成长的利器，越来越被组织所看重，如何建立创新意识的意识，掌握创新的方法，本课程将从创新产品体验（打破思维惯性，尝试不同视角）、创新产品表达（如何有力且高效的呈现出创新的思考）、创新工作（结合工作实际进行实操训练）等方面，帮助员工和企业认知创新，了解创新，并掌握一定的方法与工具。

课程目标

- ◎ 完成创新问题研讨的思考转变
- ◎ 运用批判性思维分析创新问题
- ◎ 掌握理性左脑系统思考方法，使用结构化表达方式建构创新逻辑
- ◎ 掌握感性右脑的刺激技巧，使用右脑力量直抵人心，让听众接纳
- ◎ 成为最会创新发布的故事大王，用故事打动人
- ◎ 不知不觉中学会赢得投资人信赖，并帮助你赢得 100%的认可

【课程收益】

两天课程的投资，可以帮您解决以下问题：

■ 对个人：

体验创新思维，走出创新误区，掌握快速组织思维的方法，并通过创新的表达让语言更有设计感，能深入学习和演练创新思维的实用性

■ 对公司：

逻辑化的左脑训练可提高表达效果，对内沟通，能够节省时间，减少误会，从而提高团队工作效率；对外沟通，在争取更大利益的同时，让员工给客户及合作伙伴留下良好印象，提升公司形象。

右脑的商业故事训练可激发员工，尤其是新生代员工和知识型员工的工作热情，提升个人的领导力。

【学员对象】

企业负责人、部门管理者、新员工，对创新、公众表达、演讲、培训感兴趣的职业人士
学员人数 30 人以内

【授课方式】案例研讨+团队共创

- 共识：团队创新研讨、分享与完成阶段任务
- 共鸣：案例解读、视频学习
- 共振：创新思维工具的现场演练

【课程纲要】

第一部分：“脑洞”实验室

1. 打破惯性思维

- 思考最近一次创新的发生
- 分析自己创新的应用
- 小组共识创新的意义

2. 构建创新产品

活动：超级生物

结合公司实际，思考创新生物的功能设计及应用场景，赢得投资人的信赖

第二部分：创新演习堂

1. 批判性思维分析产品迭代的可能性

2. 建立创新意念

- 概念三角
- 概念瀑布
- 奔驰法

3. 拆解可口可乐等知名企业创新应用的案例

4. 创新主题的头脑风暴

基于产品、业务、服务、流程的改进等

第三部分：创新产品表达：6种说服结构，清晰有力的呈现思维轨迹

1. 让表达清晰、简练、有力的秘诀

2. 产品沿革：循序渐进，让影响自然发生

3. 场景应用：让画面与应用带动思考

4. 极客视角：产品的技术特点和核心功能
5. 多元跨界：多种技术融合后的产品变化
6. 升维与降维：使用产品或技术后不同圈层的影响状态
7. 收益价值链：：产品或技术实施的原因以及带来的结果

第四部分：创新产品表达：用户旅程结构，让故事打动人心

1. 主人公：人物画像，给 TA 定义一种欲望
2. 遇到问题：任务需求、情感需求与意义感
3. 得遇向导：用共情拉近距离，用实力展现权威
4. 给予方案：功能满足、情感满足与价值升华
5. 号召行动：直接式行动召唤与转化型行动召唤
6. 激发渴望：妙用“损失厌恶”与“幸福”画像

第五部分：“社牛”发布会：创新工作发布会

1. 整合“6种视角”和“用户旅程故事”；
 - 形成小组创意文案
2. 结合创新的方法；
 - 应用更多创意点，直击受众感知，赢得客户认可
3. 完成创新话题并发布；
 - 设计创新海报（概念海报或场景海报）
 - 完善发布流程和演练
4. 发布会和投资人点评环节（结合可应用，有价值，业绩突破）

课堂呈现案例：



创新课题——CRAZY CARD(CC卡)



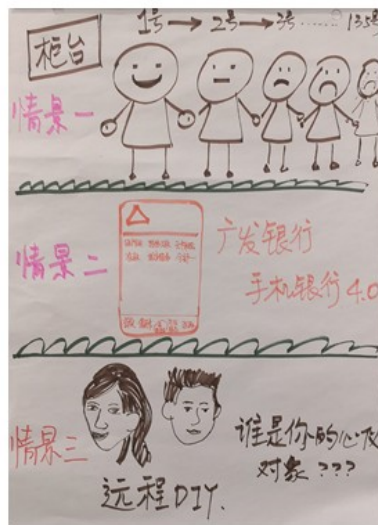
产品名称: Crazy Card (CC卡)
 狂欢卡
 买买买!!
 背景: 造节现象盛行
 电商节日成交量巨大
 二. 重点客群特点: 年轻
 消费能力强
 活跃度高
 三. CC卡介绍: 秒申秒用(虚拟卡)
 5倍积分
 优惠券兑换
 极速退款
 专属折扣
 分期优惠减免
 专属理财
 四. 总结

创新课题——CGB e “秘”



CGB e “秘”
 一. 纷繁“事”界
 一个就够了
 http://www.cgbchina.com.cn
 投资
 基金
 保险

创新课题——远程DIY



创新课题——广发亲子金融

