

108 年亞洲矽谷智慧商業服務應用
智慧商業服務應用進階技術培訓

商業模式的設計及實踐－智慧商業服務的系統思維課程

課程大綱

單元課程名稱	產業分析與趨勢洞察(3hr)	授課老師	陳志騰
課程說明： 產業環境變化快速，企業如何應變預視了公司的未來。如何掌握產業競爭態勢以及政經社會科技的發展趨勢，攸關企業永續發展至深且鉅。本課程從大環境趨勢與挑戰談起，說明常用產業分析工具的特色與應用時的重點，帶領學員進入系統性思維，期結合學員自身之產業知識，強化洞察產業趨勢之能力。			
課程大綱： <ul style="list-style-type: none">■ 智慧時代之趨勢與挑戰■ 產業分析工具<ol style="list-style-type: none">(1) 產業組織-五力分析(2) 資源基礎-核心能耐分析(3) SWOT 分析■ 數據 v. s. 洞察<ol style="list-style-type: none">(1) 思考方式有哪些？(2) 數據就是真相？(3) 案例思考與討論			

單元課程名稱	商業模式設計與創新概論(3hr)	授課老師	陳志騰
<p>課程說明：</p> <p>企業要能永續經營，創新是關鍵因素之一。本課程將以商業模式分析為方法論，由外部消費者洞察與內部供應鏈分析，引導學員進行商業模組九大構面的活探索，並以創新問題思解(Creative Problem-solving, CSP)解構創新的過程。藉此孰悉商業模式構成之完整架構以及創新思考的工具。</p>			
<p>課程大綱：</p> <p>第一部分：商業模式圖法(Business Model Canvas, BMC)介紹</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 商業模式全貌 ■ 行銷觀點 ■ 內部觀點 ■ 創新創業與商業模式之結合 <p>第二部分：創新問題思解法(Creative Problem-solving, CSP)介紹</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ CPS 五階段 ■ CPS 的應用 			

單元課程名稱	專案計畫撰寫實務(6)	授課老師	連俊瑋
<p>課程說明：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 了解專案管理的概念 ■ 認識專案管理流程及工具應用 ■ 透過實務演練熟悉專案管理工具，並提升計畫撰寫能力 			
<p>課程大綱：</p> <p>第一部分：專案管理的知識體系（三小時）</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 了解計畫書撰寫過程中,所需要的專案管理概念與工具 (2) 工作分解結構 (3) 專案組織 (4) 時間管理 (5) 成本管理 (6) 從 RFP (Request for proposal) 到提案書的撰寫 <p>第二部分：計畫書撰寫實務演練（三小時）</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 背景介紹 (2) RFP 介紹 (3) 分組實作 (4) 分組報告 			

單元課程名稱	流程思維與整合(6hr)	授課老師	陳志騰
<p>課程說明：</p> <p>全球化的影響、技術的改變、以及顧客要求提高，因此新的管理實務與獨特的企業經營模式不斷的出現然後淘汰。競爭的本質不斷改變，企業間的競爭已進入到供應鏈與供應鏈的競爭。本課程期以供應鏈流程整合的觀點，建立整體產業鏈管理的架構並由個案討論讓學員了解供應鏈管理的觀念與實施方式。</p>			
<p>課程大綱：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 前言 - 為何需要建立策略思維? ■ 架構 - 分析供應鏈管理的整體架構 ■ 定位 - 供應鏈管理與公司競爭策略之關係 ■ 對焦 - 顧客需求履行策略 <ul style="list-style-type: none"> (1) 顧客服務-內部觀點 (2) 顧客滿意-外部觀點 (3) 顧客成功-供應鏈觀點 ■ 奠基 - 流程思維: 供應鏈管理的基礎 ■ 執行 - 訂單履行 <ul style="list-style-type: none"> (1) 採購活動 (2) 生產活動 (3) 物流活動 ■ 個案討論 			

單元課程名稱	顧客洞察與行銷企劃(6)	授課老師	李銘尉
課程說明： 由於數位行銷的高度發展，傳統的顧客洞察技術未必能滿足行銷策略佈建所需之資料，本課程結合線下與線上顧客洞察的技術，獲得更具實務意涵之決策資訊。在行銷企劃的規劃上也結合數位行銷工具，說明如何進行全通路行銷企劃。			
課程大綱： <ul style="list-style-type: none">■ 行銷 4.0 之趨勢與商業環境改變■ 全通路行銷企劃架構-5A 架構■ 線下顧客洞察工具<ol style="list-style-type: none">(1) 顧客同理心地圖之運用(2) 商圈流量評估之調查技術■ 線上顧客洞察工具<ol style="list-style-type: none">(1) 網路流量分析技術(2) 臉書廣告受眾洞察研究■ 全通路行銷策略佈建■ 數位行銷 4C 規劃			

單元課程名稱	企劃文案撰寫技巧(6)	授課老師	羅文漢
<p>課程說明：</p> <p>觀察台灣的社會現象，存在著有好產品(商品/服務/人/地/組織/觀念)，但卻銷售力不夠的情況。故本課程規劃除了企劃案的基本功外，還加上將企劃案銷售出去的能力訓練，因此安排由銷售(行銷執行)技巧檢視企劃案，和簡報技巧訓練，這兩項企劃銷售力的課程，期望學員能運用到工作上，自然的將好產品銷售出去。</p>			
<p>課程大綱：</p> <p>(一)企劃文案解析</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃概要 <ul style="list-style-type: none"> -何謂企劃? 為何要企劃? 有何必要條件? 2. 企劃管理程序 <ul style="list-style-type: none"> -策略規劃：情況分析、目標設定、STP、4P -執行：組織運作、計畫推動 -管控：驗收成果、評估績效 3. SWOT 分析與策略 <ul style="list-style-type: none"> -思考工具說明和使用 -SWOT 分析是必要過程，擬定出策略才是目的 <p>(二) 由銷售(行銷執行)技巧檢視企劃案</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 銷售概要 <ul style="list-style-type: none"> -銷售的定義 2. 如何介紹產品之 F. A. B 分析 <ul style="list-style-type: none"> -何謂 F. A. B. -F. A. B. 話術結構 -F. A. B. 話術演練 3. 實證 <ul style="list-style-type: none"> -讓客人相信的技巧 -實證的方法 -實證方法的演練和實作 <p>(三)簡報技巧訓練</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 簡報技巧解析 (2) 如何準備簡報 (3) 怎麼做簡報 			

單元課程名稱	實作演練(共計 18 小時)	授課老師	賴廣瑜
<p>實作演練課前各小組須討論並提出以下內容，為實作進行準備：</p> <p>(1) 小組討論完成，確認實作主題</p> <p>(2) 課前作業表上的資料蒐集</p> <p>將討論結果寫成實作準備作業單，交給主辦單位後，依據實作演練單內容運用商業模式方法論進行實作討論演練與深化。</p>			
課程大綱：			
時間	課程內容	進行方式	學員產出
3 小時	商業智慧服務應用個案研討	亞洲矽谷輔導案例研討或業者案例分享	
3 小時	價值主張(VP)	知識回顧→分組實作→檢視回饋	專案報告的『價值主張』
3 小時	顧客構面(CS/CR/CH)	知識回顧→分組實作→檢視回饋	專案報告的『顧客構面』
3 小時	基礎設施構面(KA/KR/KP)	知識回顧→分組實作→檢視回饋	專案報告的『基礎設施構面』
2 小時	財務/成本構面(R/C)	知識回顧→分組實作→檢視回饋	專案報告的『財務構面』
1 小時	專案報告簡報準備	準備簡報	專案報告簡報檔案
3 小時	成果發表 徵招有意願的小組參加競賽	10 組分組發表，每組報告 5 分鐘，講師與他組回饋 5 分鐘	專案報告檢核表 參賽小組 3 隊