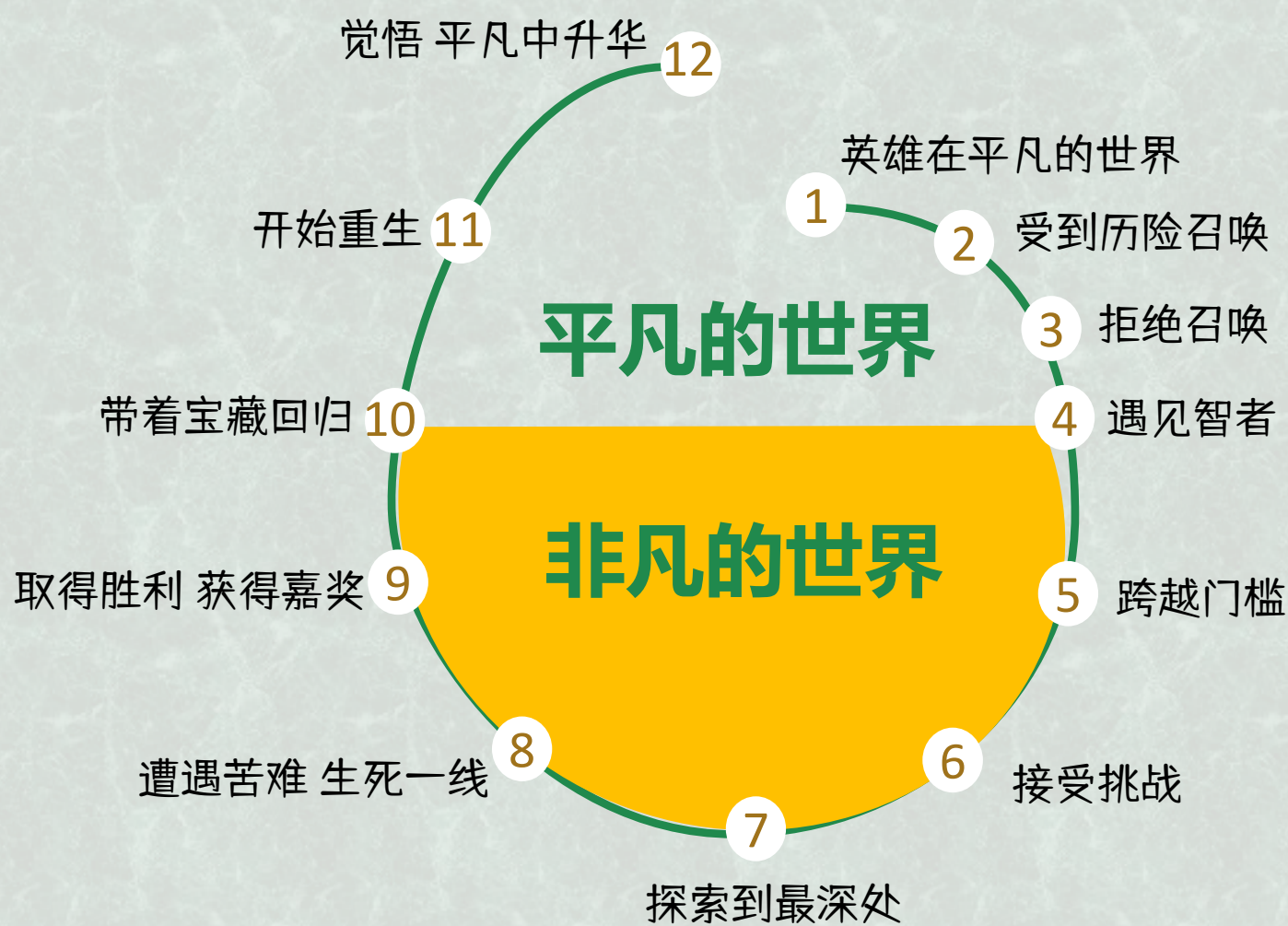




英雄之旅

每个人都要走属于自己的英雄之旅



一次旅程+两个世界（平凡+非凡）+三幕剧（启程、启蒙、归来）+12个组成部分

来源 | 神话学大师约瑟夫·坎贝尔的《英雄之旅》

应用 | 人生意义、认识自我、故事写作等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块





萨提亚冰山模型

认识自己的冰山，看到对方的冰山



来源 | 美国著名心理学家麦克利兰与1973年提出

应用 | 认识自我、团队管理等

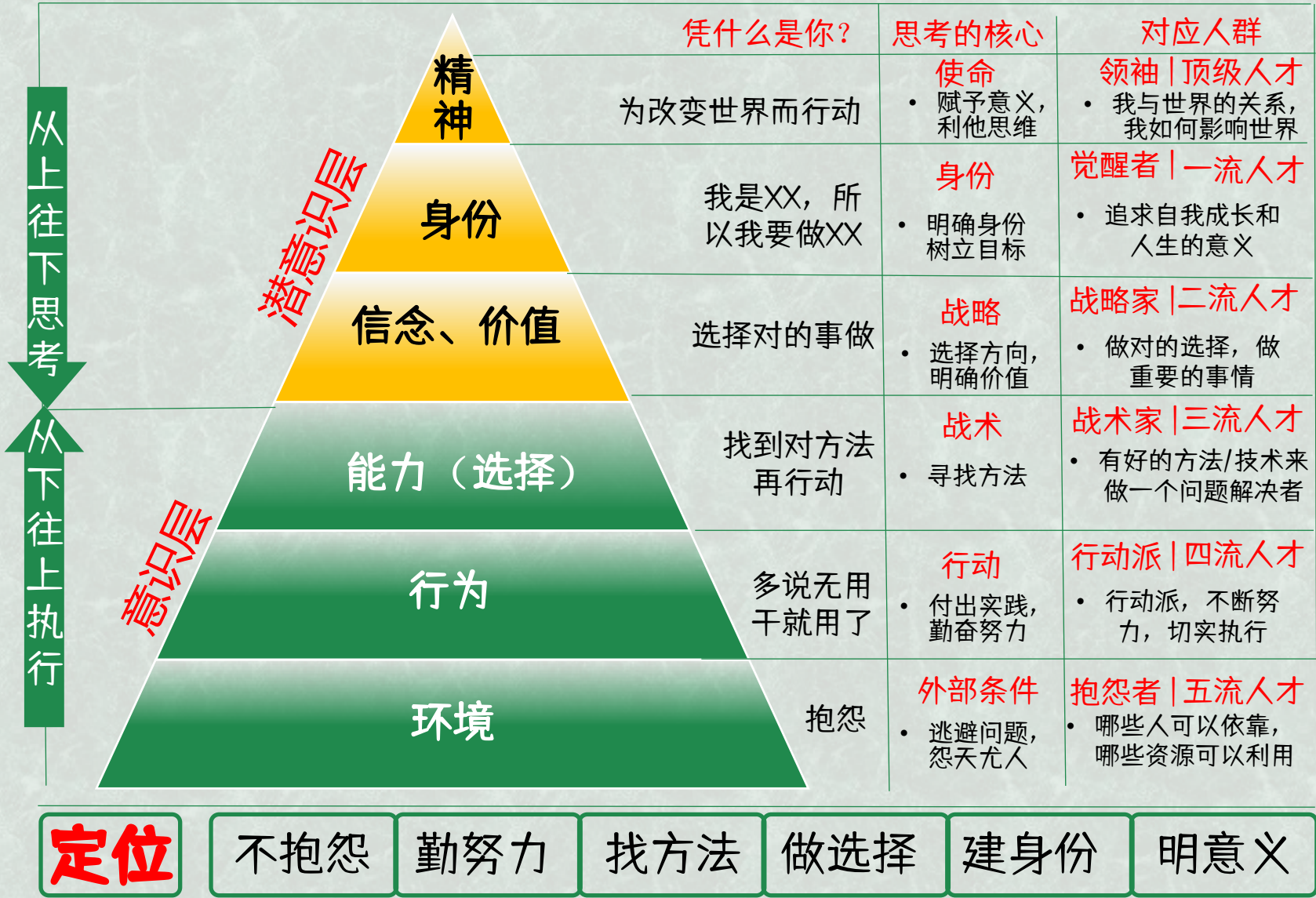
制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块



人生定位模型

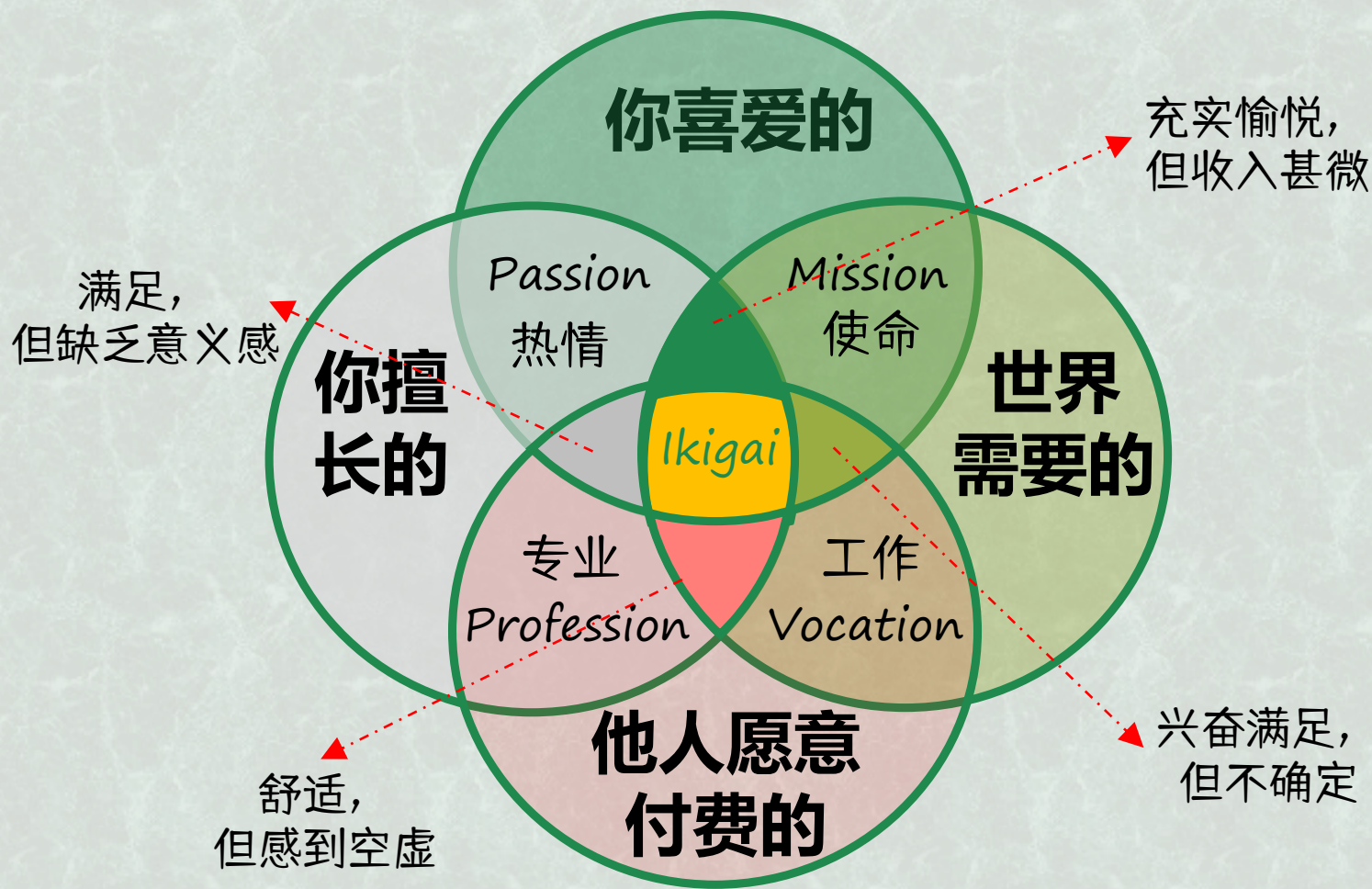
NLP思维层次：你想成为什么样的人？



来源 | 格雷戈里·贝特森和罗伯特·迪尔茨提出
应用 | 自我发展、人际关系、企业决策、解决问题等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块

人生价值韦恩模型

如何找到热爱事业？如何找到人生的意义

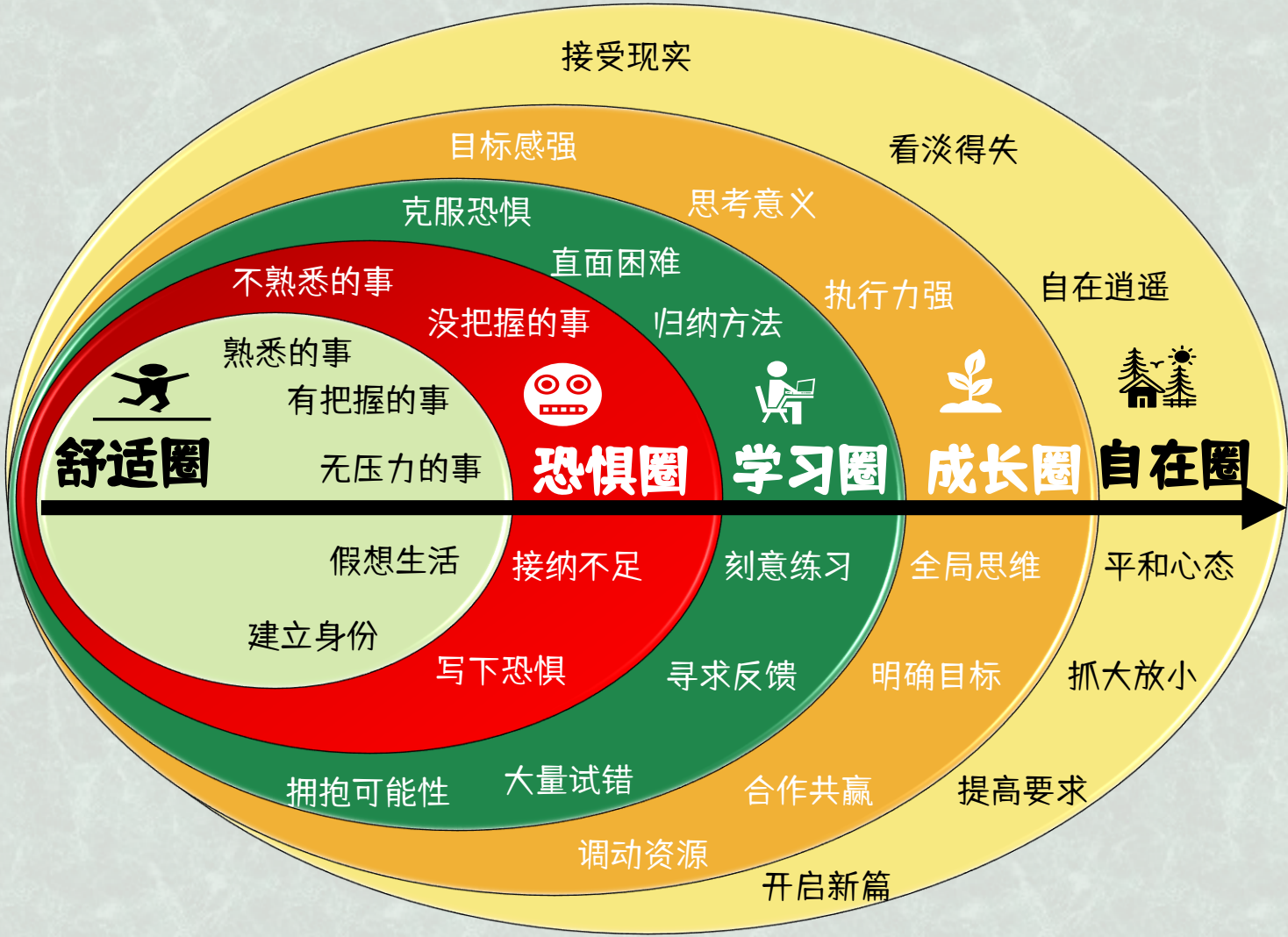


<<< Ikigai来自日语，用来表达一个人生命中价值的来源

来源 | 埃克托尔·加西亚和弗兰塞斯克·米拉莱斯
应用 | 人生意义、情绪管理等 《IKIGA：冲绳岛幸福长寿的秘密》
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块

人生成长破圈模型

人生是一场场破圈游戏



推荐 | 顾及《破圈：如何突破认知局限并实现终身成长》
应用 | 人生意义、个人管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块



冰山胜任力模型

更重要的是问问自己独特的优势是什么？



来源 | 美国著名心理学家麦克利兰于1973年提出

应用 | 认识自我、HR团队管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块



个人商业模式画布

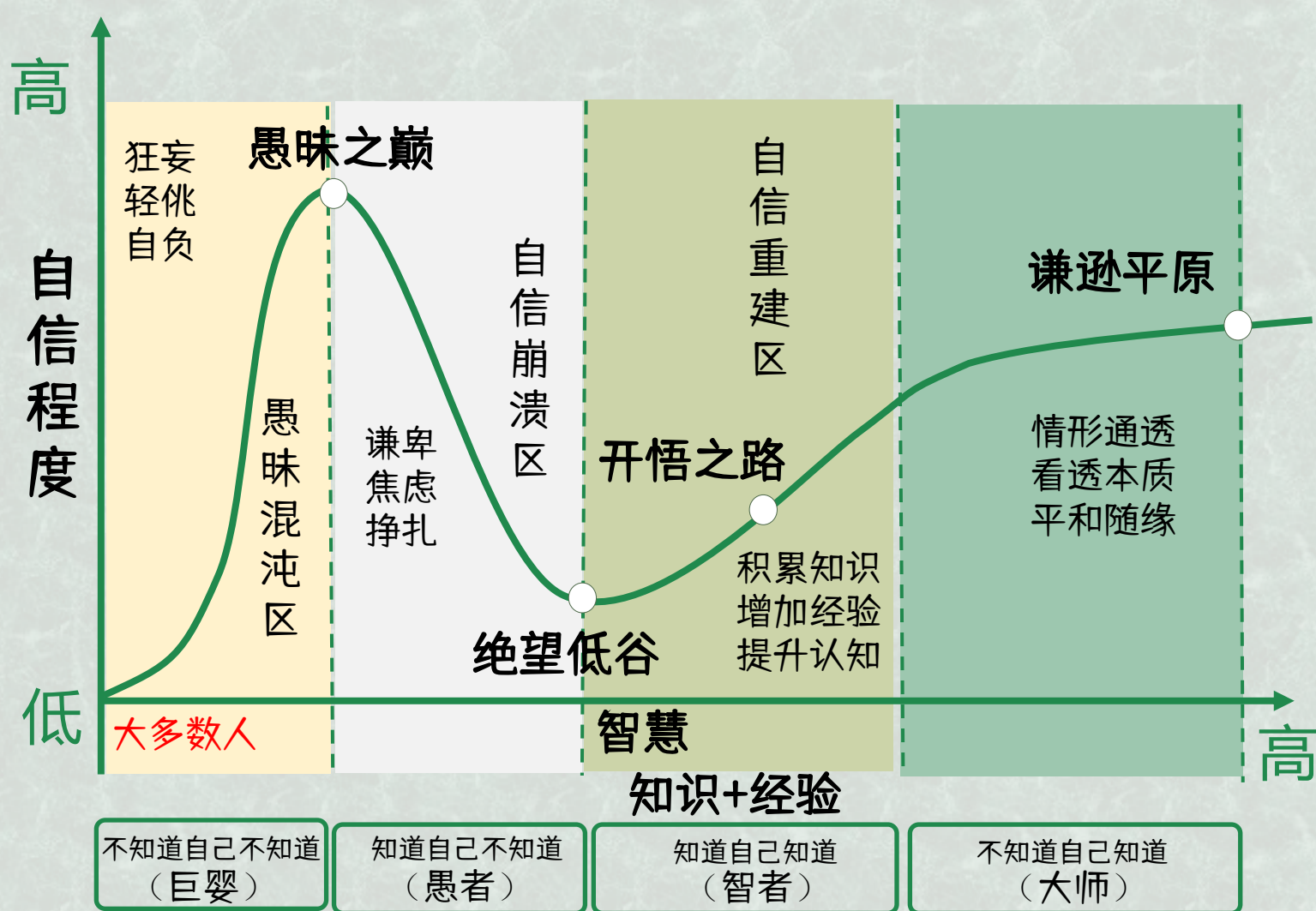


来源 | 蒂莫西·克拉克和布鲁斯·黑曾《商业模式新生代》（个人篇）
应用 | 个人精进、个人商业模式等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块



达克效应

认识认知偏差和感知缺陷，打破自信泡沫



来源 | 大卫·邓宁和贾斯汀·克鲁格根据实验得出的认知法则

应用 | 认知偏差、自我认知等

制图 | 心阳读书成长

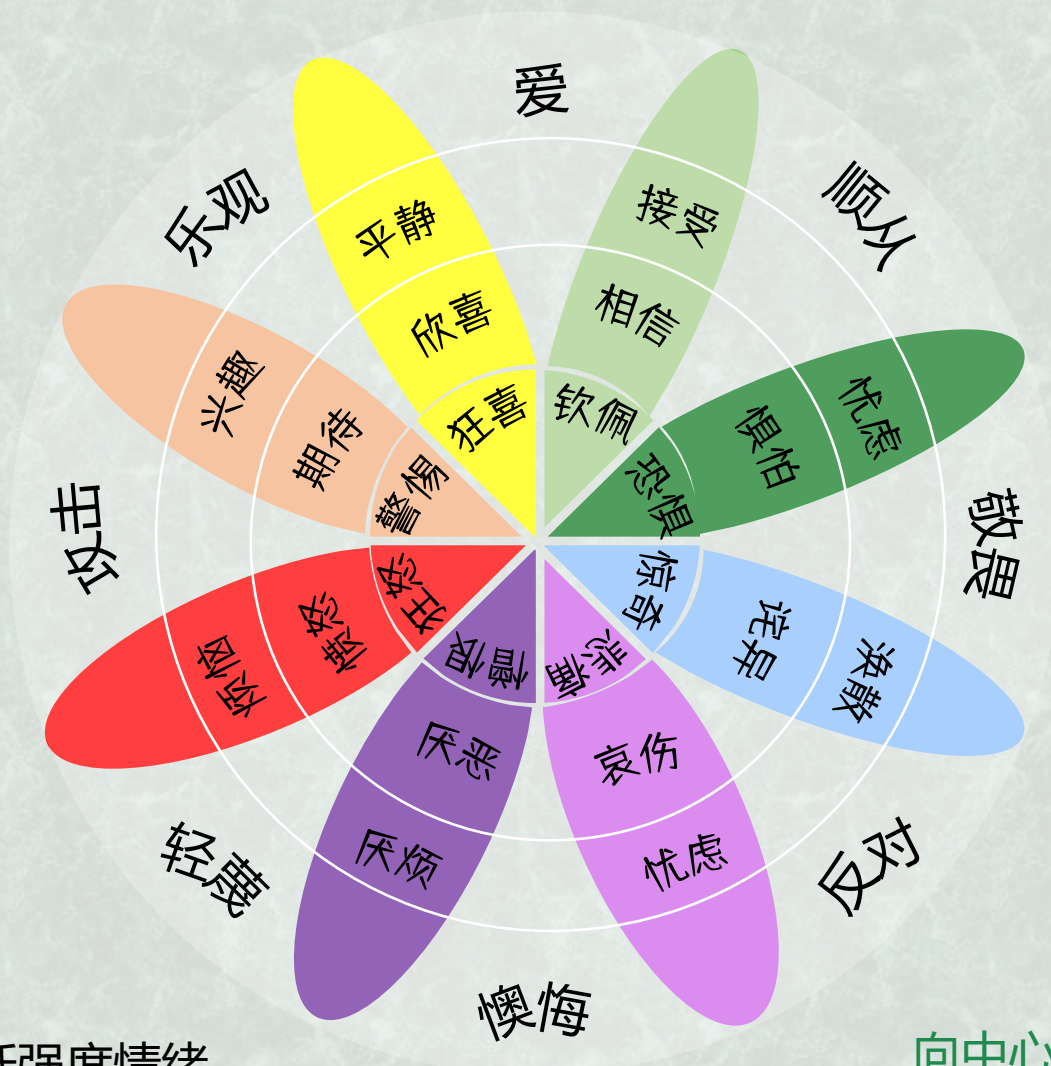
模块 | 认知模块





普拉奇克情绪轮模型

没有坏情绪，只有有用的情绪



外边缘：低强度情绪
中心圆：高强度情绪

向中心：情绪渐强
无色区：混合情绪

来源 | 【美】心理学家普拉奇克于1980年设计出的情绪分类模型
应用 | 认识情绪、管理情绪等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块





高效人士7个习惯

修身励志没有捷径！

信念决定行为，
行为决定习惯



习惯决定性格，
性格决定命运

来源 | 【美】史蒂芬·柯维《高效能人士的7个习惯》

应用 | 自我认知、管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块





五步流程愿景图

用五步流程实现你的人生愿望

①目标

- 描述你的目标
- 设置优先顺序
- 不要混淆“目标”与“欲望”
- 学会调和“目标”和“愿望”
- 永远不要因为你觉得某个目标无法实现就否决它

⑤执行

- 规划做得再好，不执行也无济于事
- 良好工作习惯的重要性常被大大低估
- 建立清晰的衡量标准来确保你在严格执行方案

②问题

- 有逻辑地发现问题
- 不要逃避问题
- 不要容忍你的问题
- 不要把问题的某个原因误认为问题本身
- 及时对问题做出反应

④方案

- 前进之前先回顾
- 把你的问题看做一部机器产生的一系列结果
- 谨记实现你的目标通常由很多途径
- 先写大概
- 再完善细节
- 用具体的任务和时间表来完善方案
- 越具体越好

③诊断

- 先把问题是什么弄明白，再决定怎么做
- 区分直接原因和根本原因
- 认识到了解人的特性，有助于对其形成合理预期
- 知道阻碍实现目标的根本原因

来源 | 【美】华尔街投资大神瑞·达利欧《原则》

应用 | 自我认知、管理等

制图 | 心阳读书成长

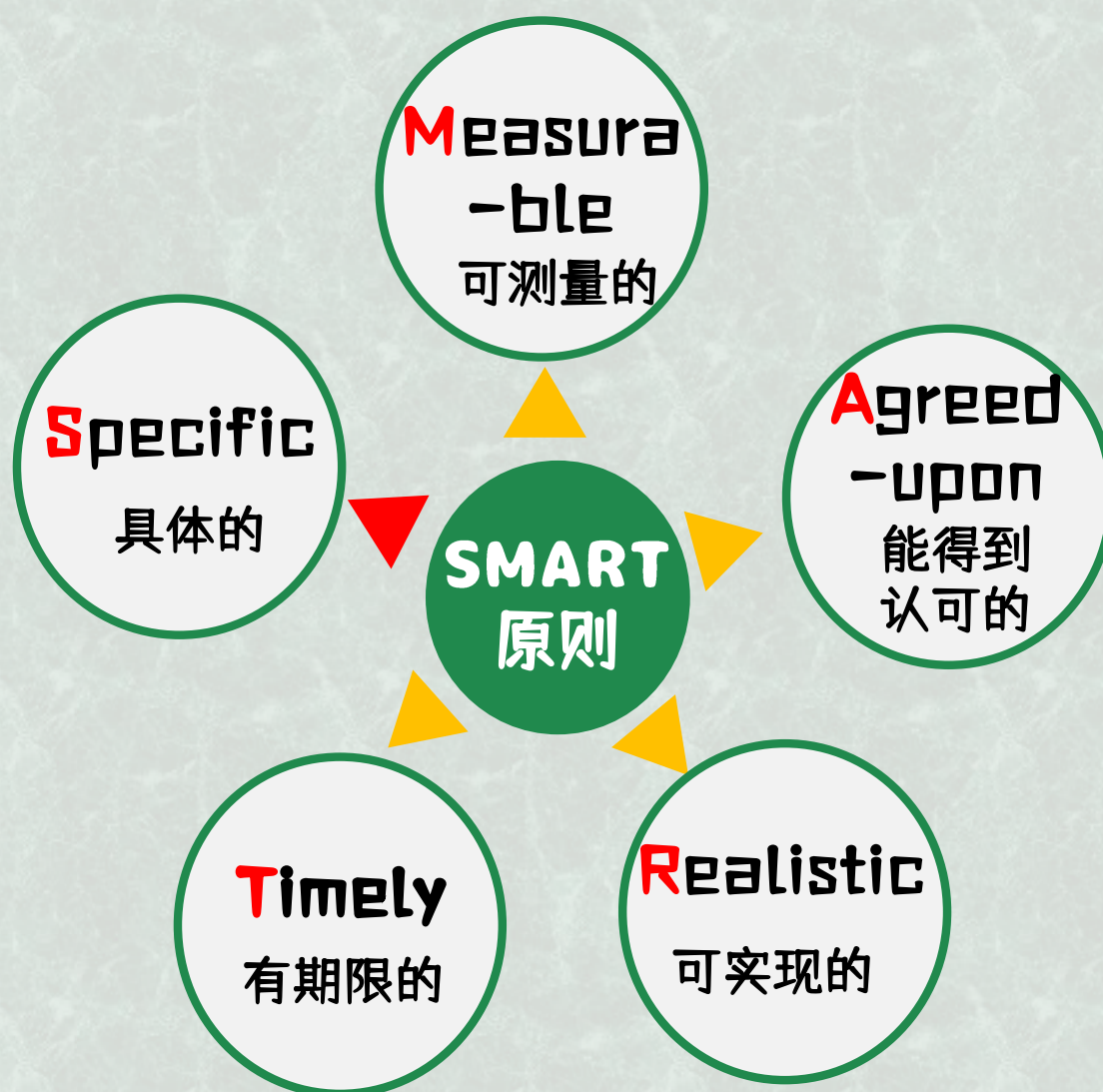
模块 | 认知模块





SMART 原则

一个合理的目标必须明确具体到行动



来源 | 1954年现代管理学之父彼得·德鲁克《管理的实践》中提出
应用 | 制定个人、团队等目标
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块





PDCA循环

持续改进的循环迭代模型



来源 | 由美国质量管理专家戴明提出（《PDCA循环工作法》）
应用 | 自我认知、管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块





4F总结框架

4F总结框架：事实-感受-收获-未来

(又称4F动态引导反思法)



来源 | 由英国学者罗贵荣 (Roger Greenaway) 提出【动态回顾循环】

应用 | 自我认知、管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块





结果思维模型

对结果不同程度的追求，决定个体的价值



➤➤ 做了

➤➤ 做完了还远远不够

➤➤ 结果是什么？

➤➤ 结果是否有交付价值？

➤➤ 交付结果，是否可复制？

推荐 | 国际象棋大师加里·卡斯帕罗夫的《棋与人生》
应用 | 自我认知、管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块





SCQA模型

表达不清楚，不是讲话没重点，是没结构

Situation



情景

陈述情景

Complication



冲突

描述冲突

Question



问题

提出疑问

Answer



答案

解决方案

例

得了灰指甲！

一个传染俩！

问我怎么办？

马上用亮甲！

3种SCQA模型变式

开门见山式（ASC）

突出忧虑式（CSA）

突出信心式（QSCA）

来源 | 芭芭拉 明托 《金字塔原理》

应用 | 自我认知、管理等

制图 | 心阳读书成长

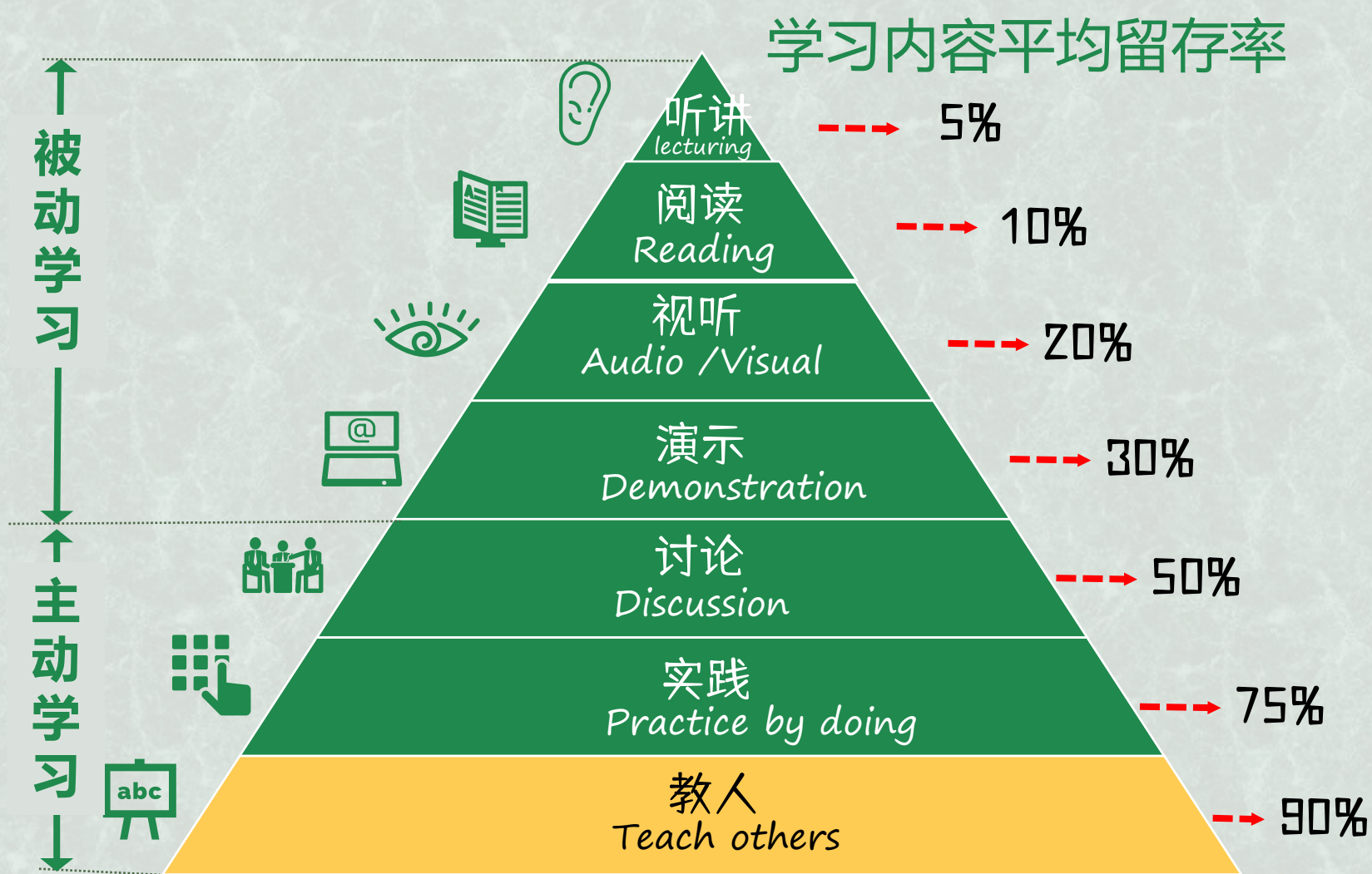
模块 | 认知模块





学习金字塔

被动学习是压力，主动学习是动力



来源 | 【美】埃德加·戴尔提出学习金字塔理论

应用 | 学习方法、知识学习与管理等

制图 | 心阳读书成长

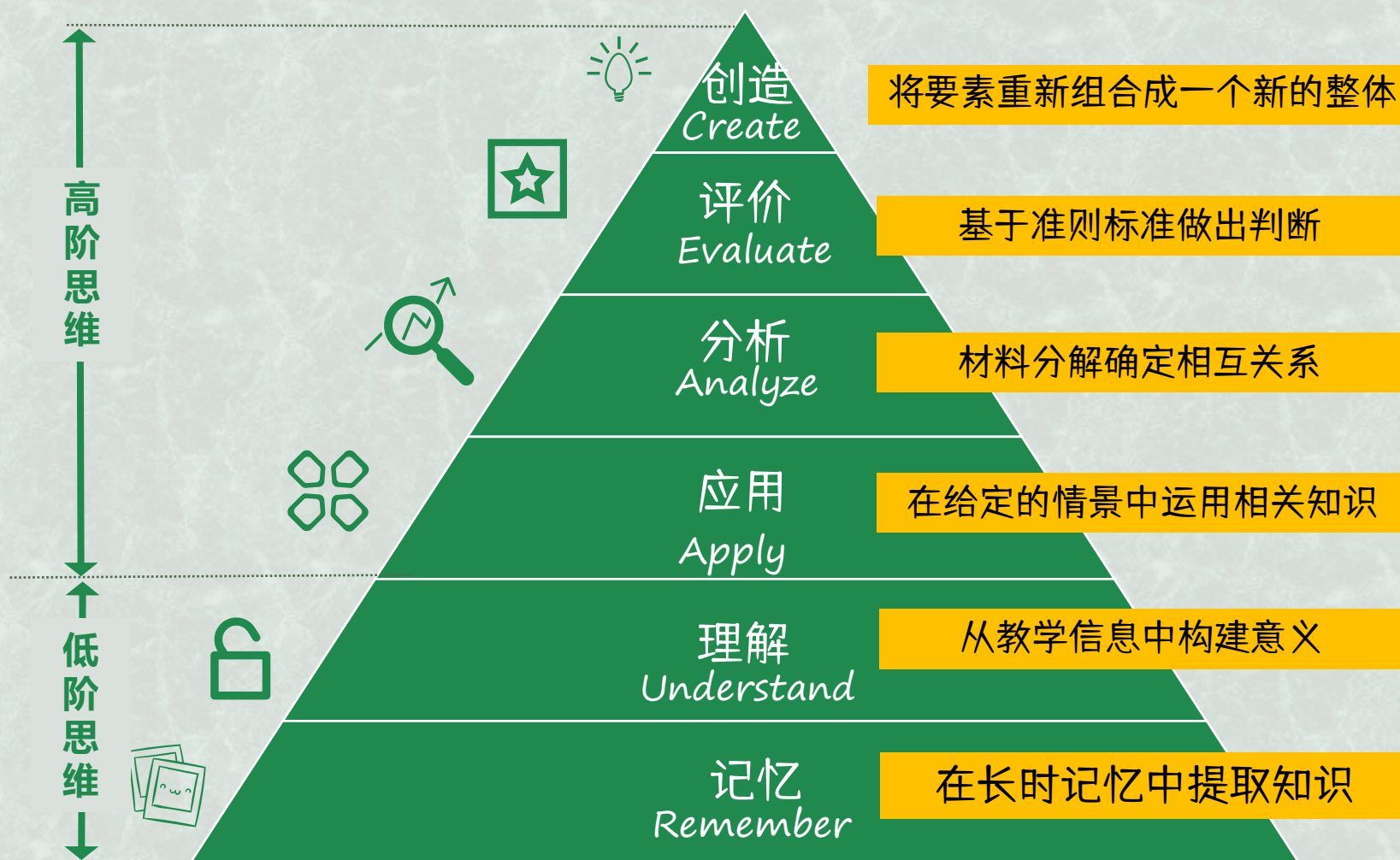
模块 | 认知模块





布鲁姆教育分类

认知领域的6层次目标



来源 | 【美】教育心理学家本杰明·布鲁姆提出

应用 | 学习方法、知识学习与分类等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块

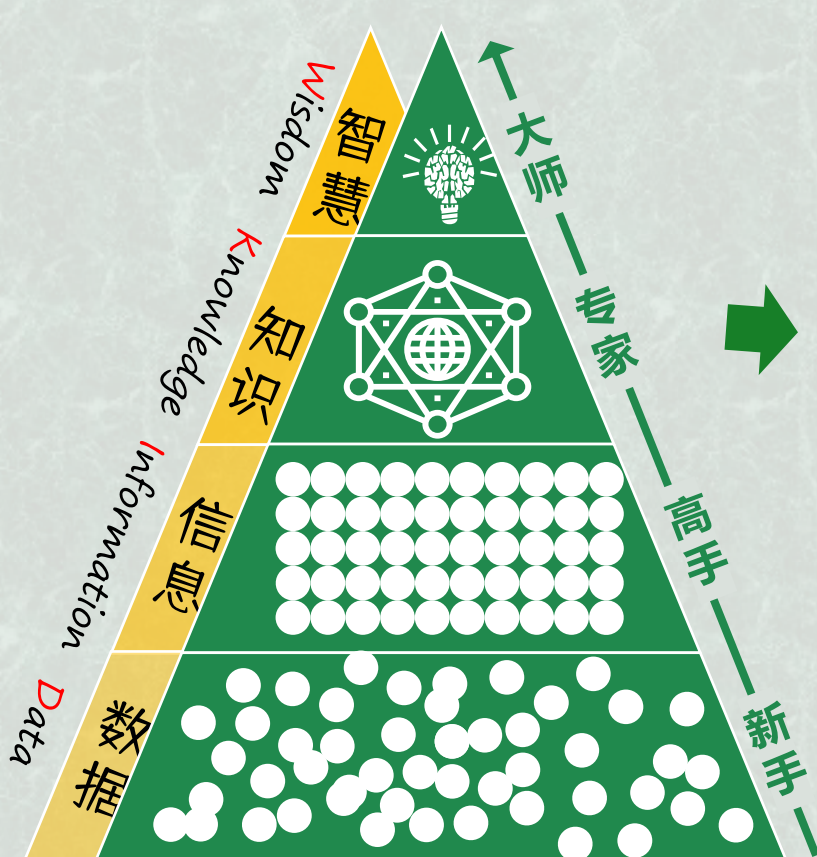




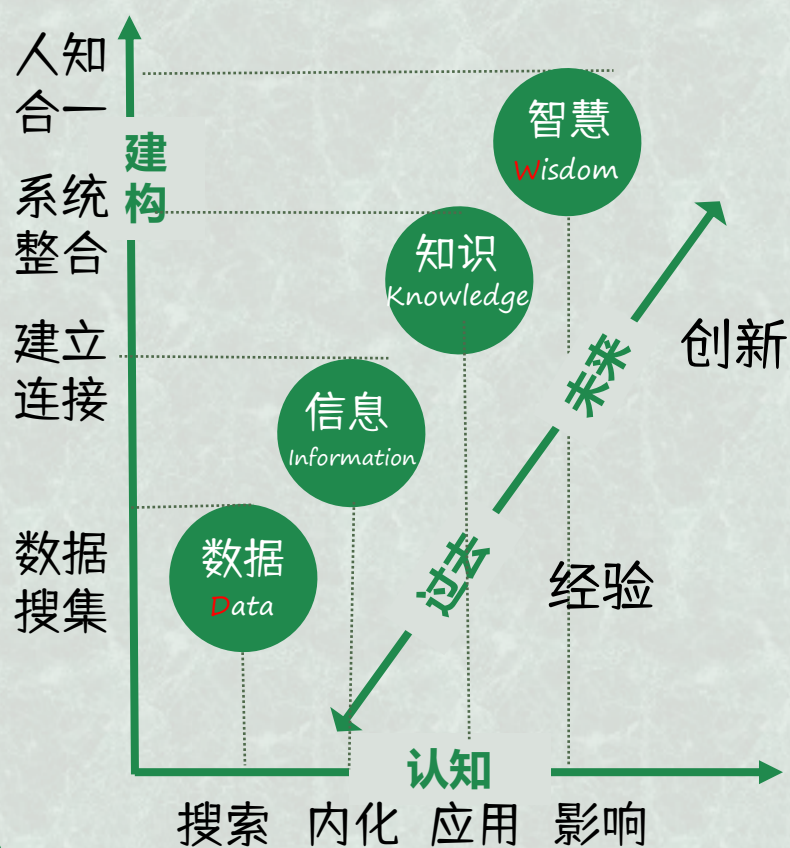
DIKW知识管理

知识不是繁星点点，而是一片闪耀的星空

(DIKW, Data Information Knowledge Wisdom)



DIKW模型



DIKW知识转换模型

来源 | 《掌控24小时：让你效率倍增的时间管理术》

应用 | 知识学习、知识管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块



费曼学习法

学习的内容用自己的话讲出来能达到事半功倍



来源 | 查理德·费曼提出
应用 | 高效学习、学习方法等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块



五星笔记法

五个角，5个问题回答完，笔记才算做完



来源 | 成甲《好好思考》
应用 | 知识管理、阅读等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块



刻意练习



来源 | 【美】安德斯·艾利克森博士《刻意练习：如何从新手到大师》

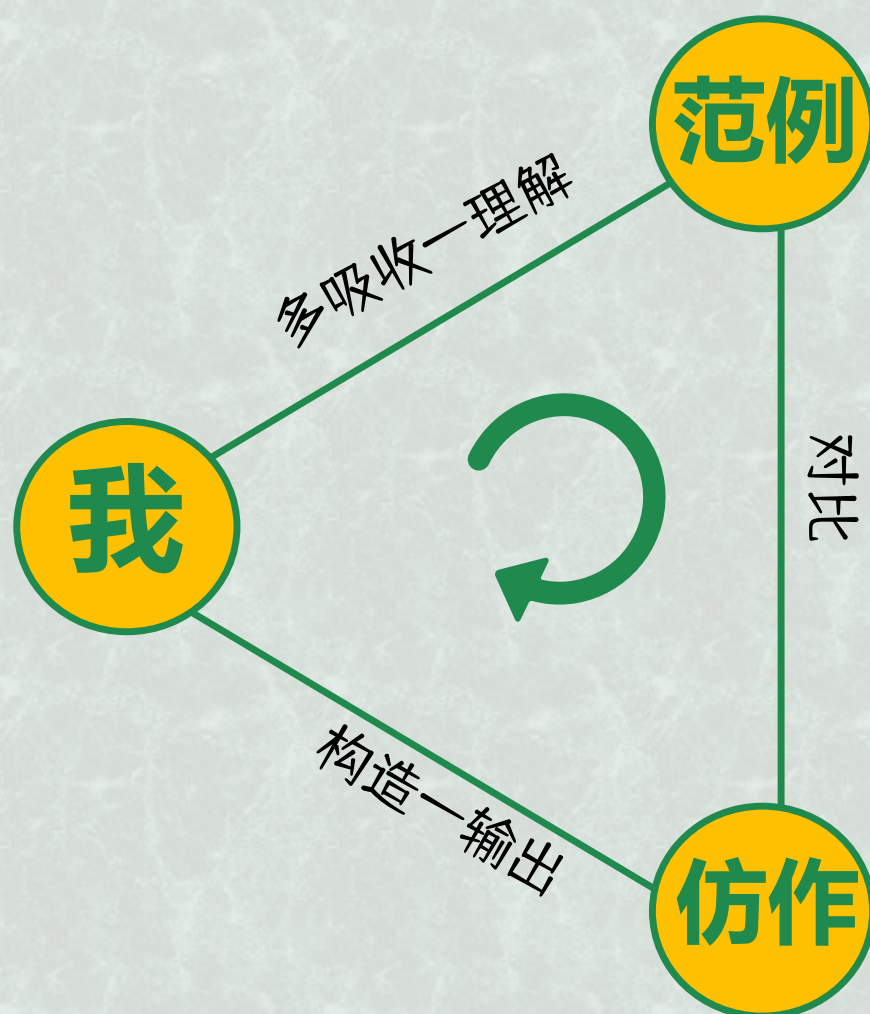
应用 | 自我认知、管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块

范例循环模型

用精巧的循环设计改造学习

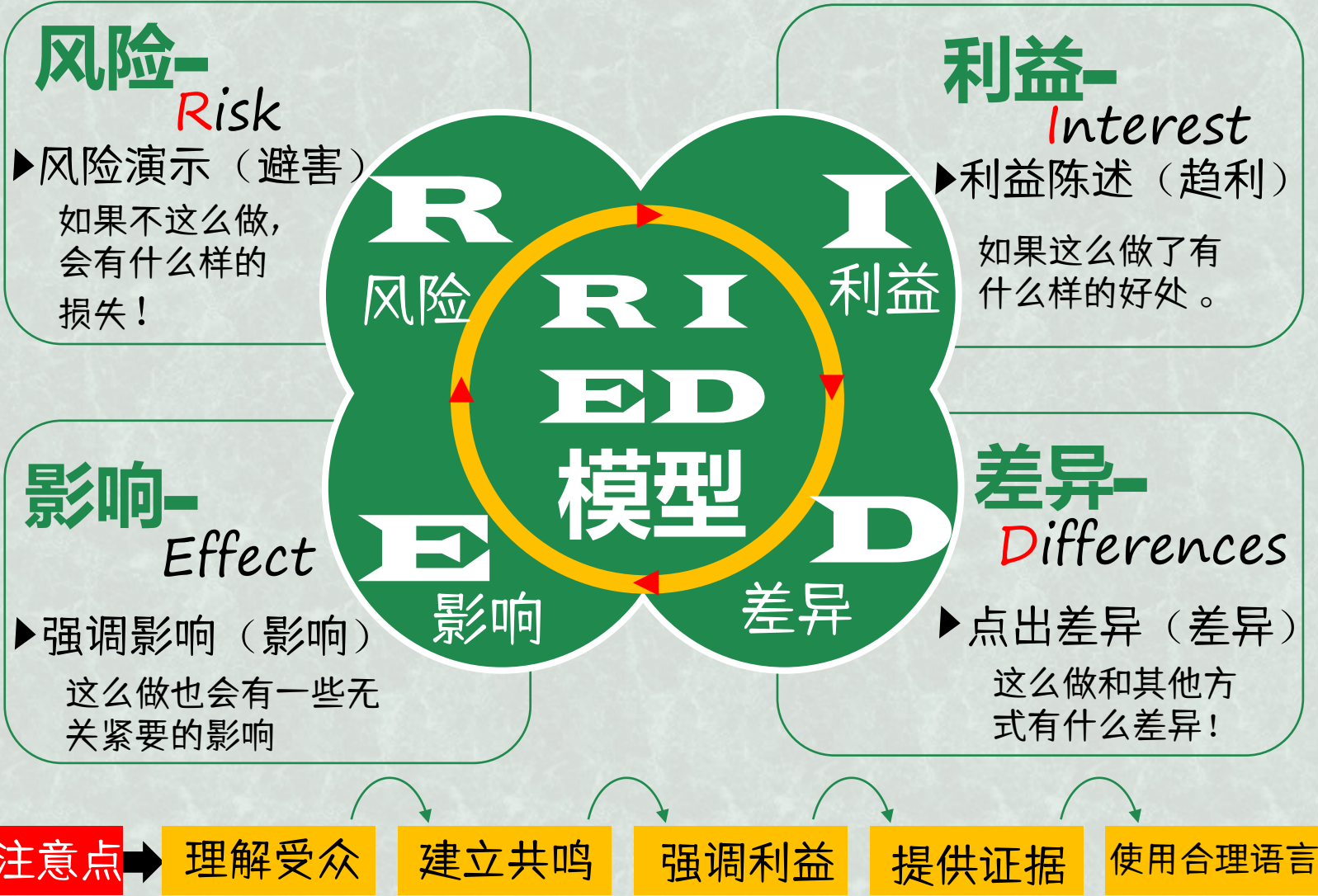


<<< 就是先找到学习对象的范例（一般为大师之作），再从实践中不断仿作

来源 | 采铜《精进2：解锁万物的心智进化法》
应用 | 自我学习、管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块

RIDE说服模型

人有趋利避害心理，对自己越不利的事情越关注

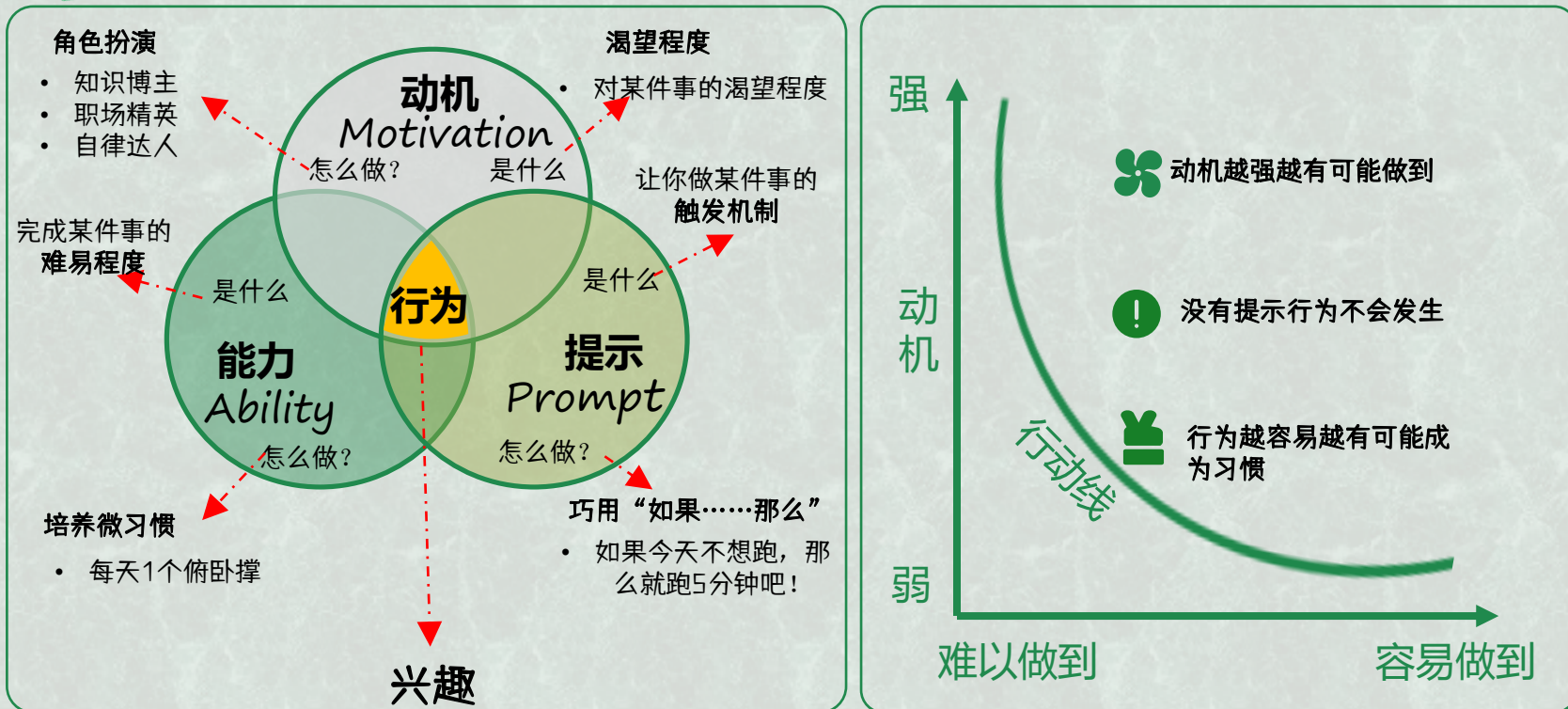


来源 | 徐大维《超级个体：打造你的多维竞争力》
应用 | 向上说服领导、横向说服同事、向下说服职员等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块

福格行为模型

3个促使行为发生的必然条件：动机/能力/提示

行为 = 动机 ★ 能力 ★ 提示
Behavior = Motivation ★ Ability ★ Prompt



操作流程 ➡ 明确目标 ➡ 搜索合适行为 ➡ 匹配具体行为 ➡ 从微习惯开启 ➡ 找到合适提示 ➡ 奖赏小成功 ➡ 循环往复

来源 | 【美】B.J.福格的《福格行为模型》

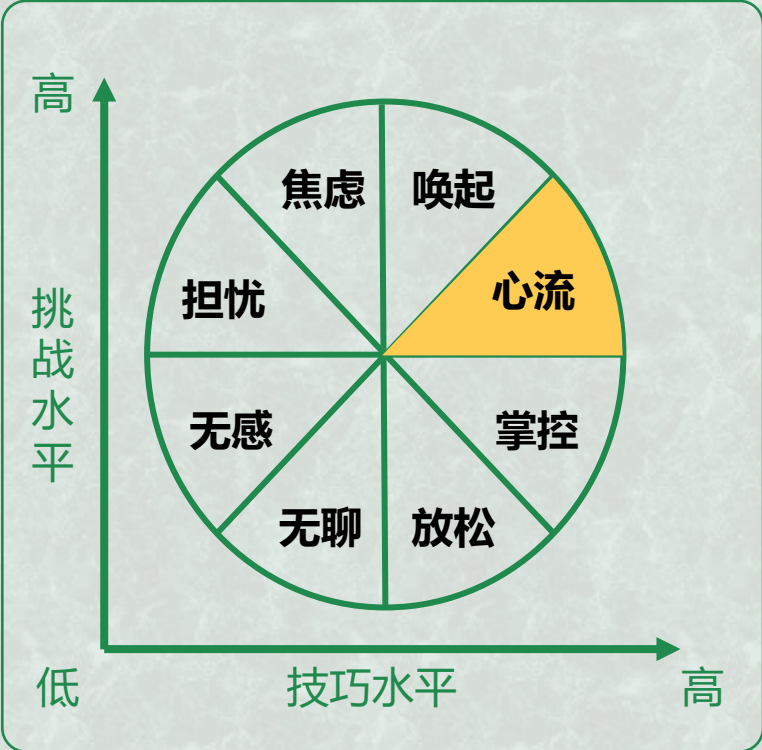
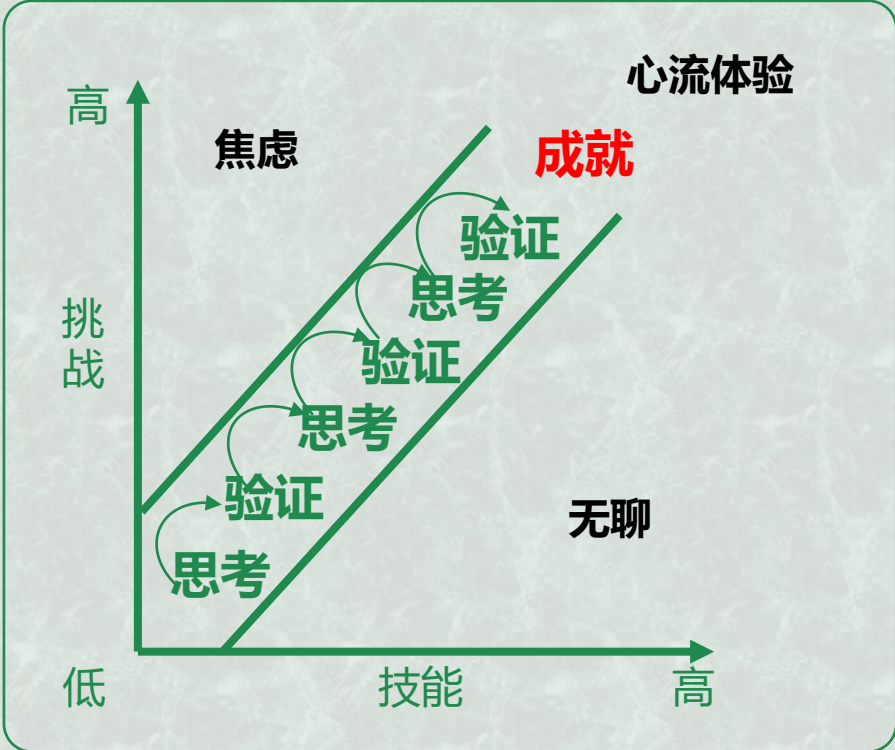
应用 | 自律、行为改变等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 认知模块

心流模型

提升学习效率的终极武器



心流模型

根据任务挑战难度和技能水平的匹配程度，将内心状态细分成8个等级

心流达成条件：①明确目标 ②及时反馈 ③难度和技能匹配

<<< 心流是一个人对某项有挑战性、有难度的活动投入忘我的状态

来源 | 【美】心理学家米哈里.契克森米哈赖的《心流》
应用 | 高效学习、练习等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 认知模块

结构罗盘

结构罗盘从内到外主要分成3个部分：配、得、上

3个呈现步骤



【配】
关系



【得】
图示



【上】
包装

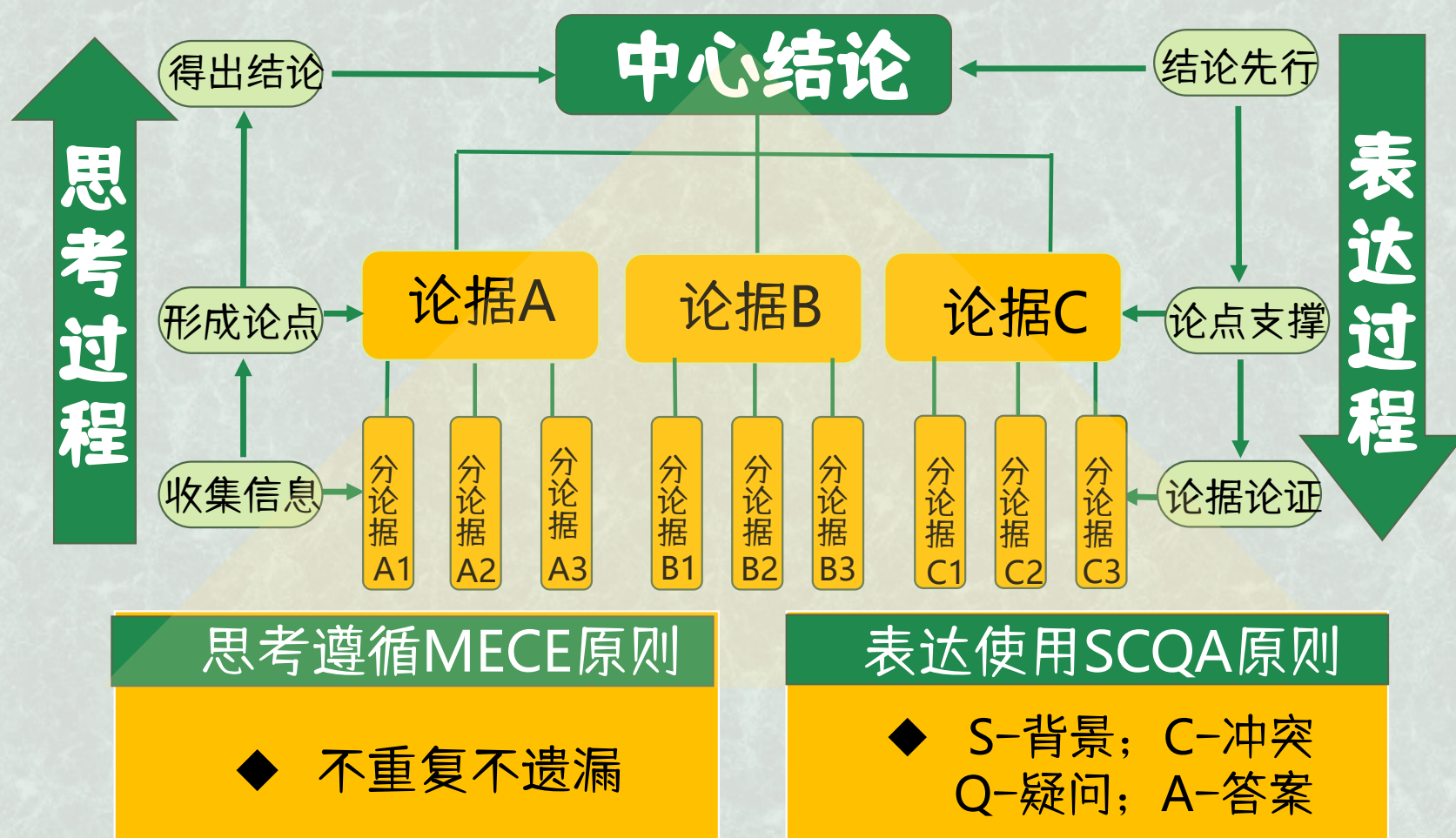
- 简化
- 类比
- 引用
- 整合

来源 | 李忠秋的《结构思考力》（升级版）
应用 | 思维、思考力等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



金字塔原理

建立重点突出、逻辑清晰、条理分明的思维方式



来源 | 芭芭拉·明托 《金字塔原理》

应用 | 企业管理、经营、思维、思考力等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块

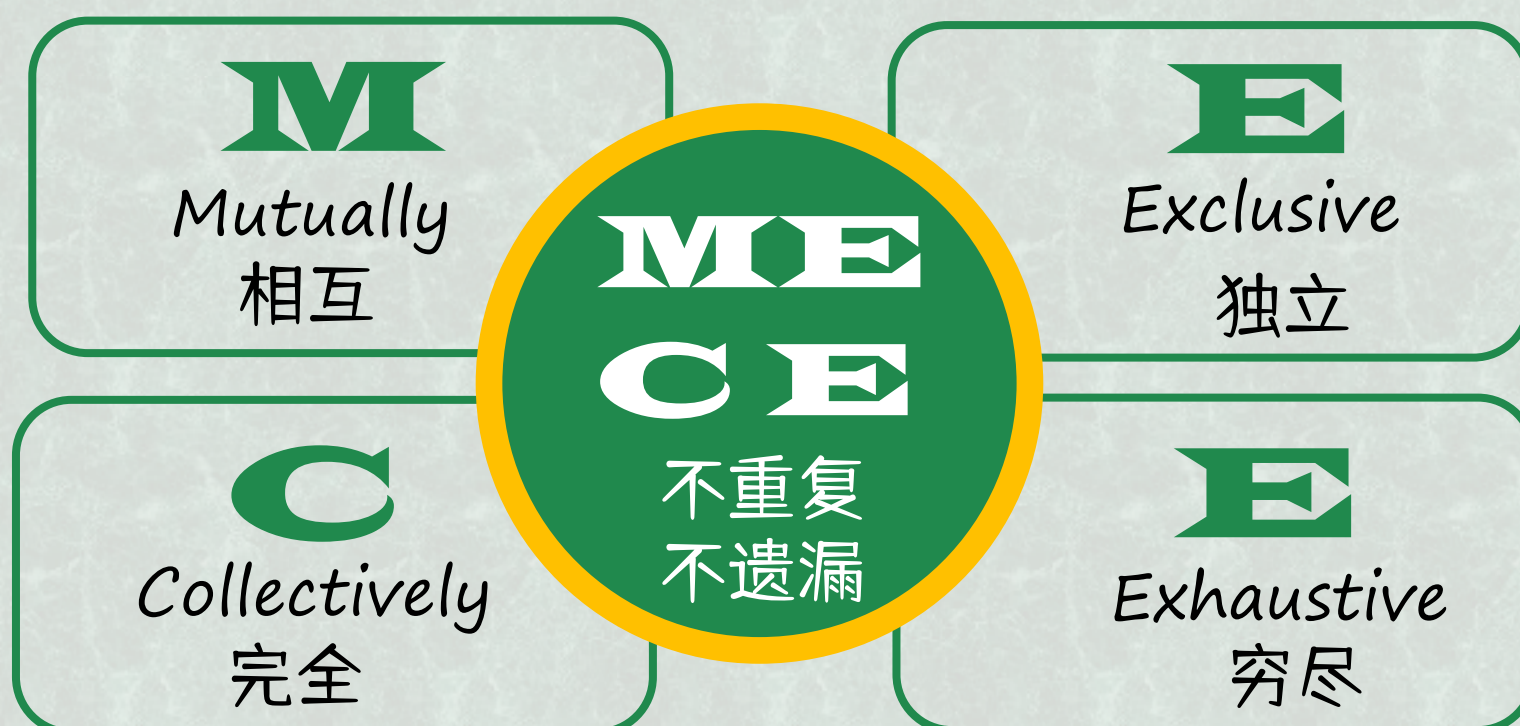




MECE原则

相互独立且完全穷尽，也就是不重不漏

(MECE, Mutually Exclusive Collectively Exhaustive)



来源 | 芭芭拉·明托 《金字塔原理》

应用 | 战略规划、业务分析、问题解决等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块





业务领先BLM模型

BLM是一套非常完整的战略规划方法论

(BLM, Business Leadership Model)



统一企业战略思维框架

有效拉通战略到执行

来源 | 哈佛大学提出，被IBM发扬光大，由华为引入并推荐

应用 | 战略规划、人力资源、战略咨询等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块





思考战略罗盘

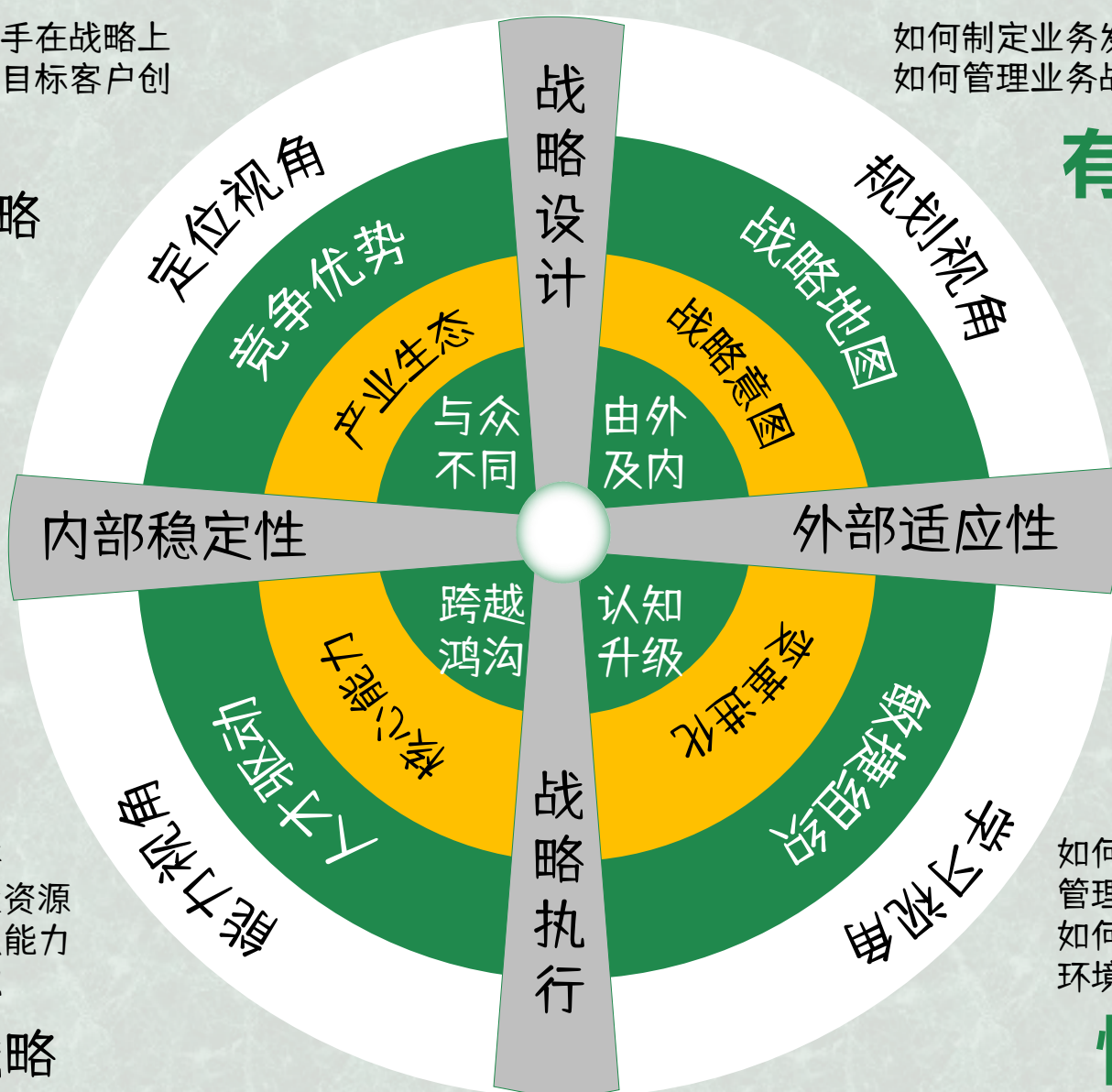
老板如何制定战略？

如何和竞争对手在战略上形成差异；为目标客户创造什么价值

好战略

如何制定业务发展的战略目标
如何管理业务战略的执行过程

有战略



如何围绕战略目标有效配置资源
如何提升组织能力支撑战略落地

实战略

如何识别、重塑管理者的心智模式
如何在快速变化的环境中进化战略

快战略

来源 | 王成《战略罗盘》
应用 | 战略规划、企业管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块

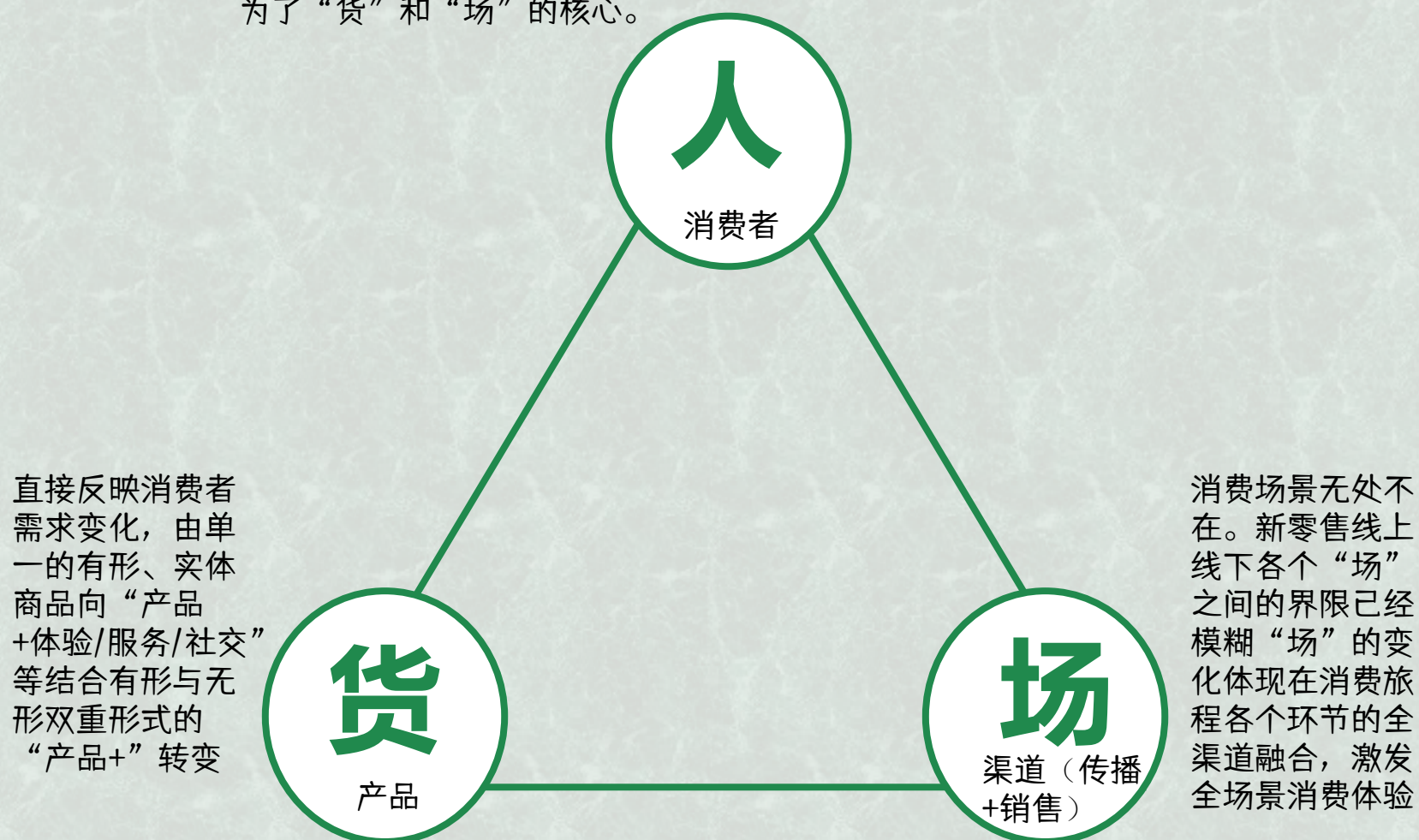




人、货、场

重新定义“人、货、场”，激发零售新增长

人的变化在于消费者由被动转为主动，新时代消费者追求品质感与精致化、细分化与个性化、重视便利性，以及体验和参与。由此，人成为了“货”和“场”的核心。



来源 | 阿里
应用 | 新零售
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块





波特五力

全面剖析企业和个人的竞争环境



来源 | 管理学大师迈克尔·波特 《竞争战略》

应用 | 企业外环境分析、战略规划等

制图 | 心阳读书成长

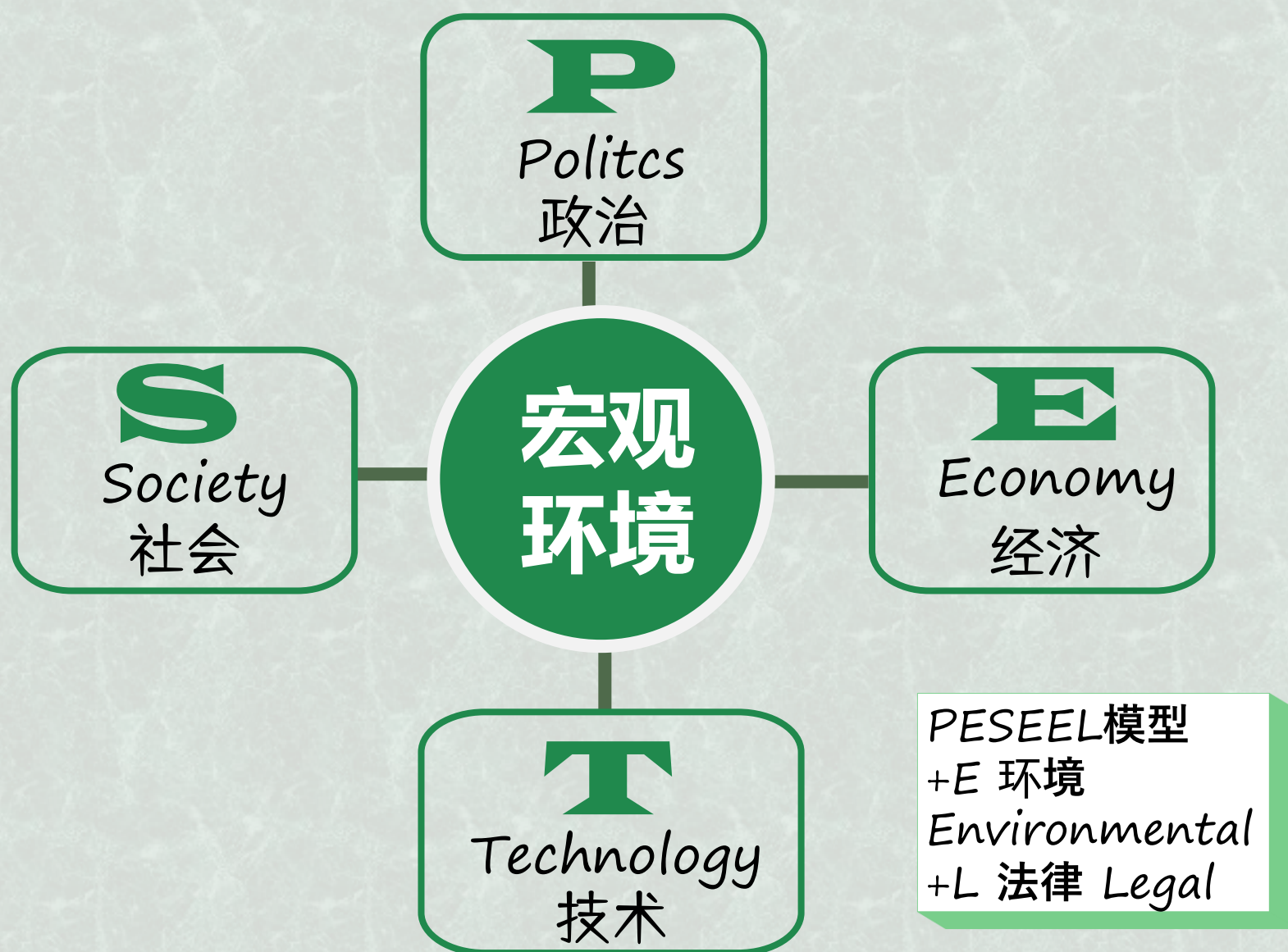
模块 | 战略模块





PEST模型

分析企业、行业所处背景及面临的状况



来源 | Johnson G 和 Scholes K于1999年提出

应用 | 公司战略规划、市场规划、产品经营发展、研究报告撰写

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块





VRIO分析

可持续竞争优势依赖于从企业内部寻求资源

经济价值

Value

- 资源或能力是否能够帮助公司创造价值，并为公司带来竞争优势

稀有性

Rareness

- 资源或能力是否是稀缺的即公司拥有的资源或能力是否比竞争对手更加难以获得

组织

Organization

- 公司是否具备整合和支持资源和能力的组织结构和文化

不可模仿性

Imitation

- 资源或能力是否具有难以模仿的特点，即其他竞争对手是否能够轻易地获得和复制公司的资源或能力

来源 | 1991年由杰恩·巴尼提出

应用 | 企业发展、战略规划、竞争优势分析等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块



单一要素

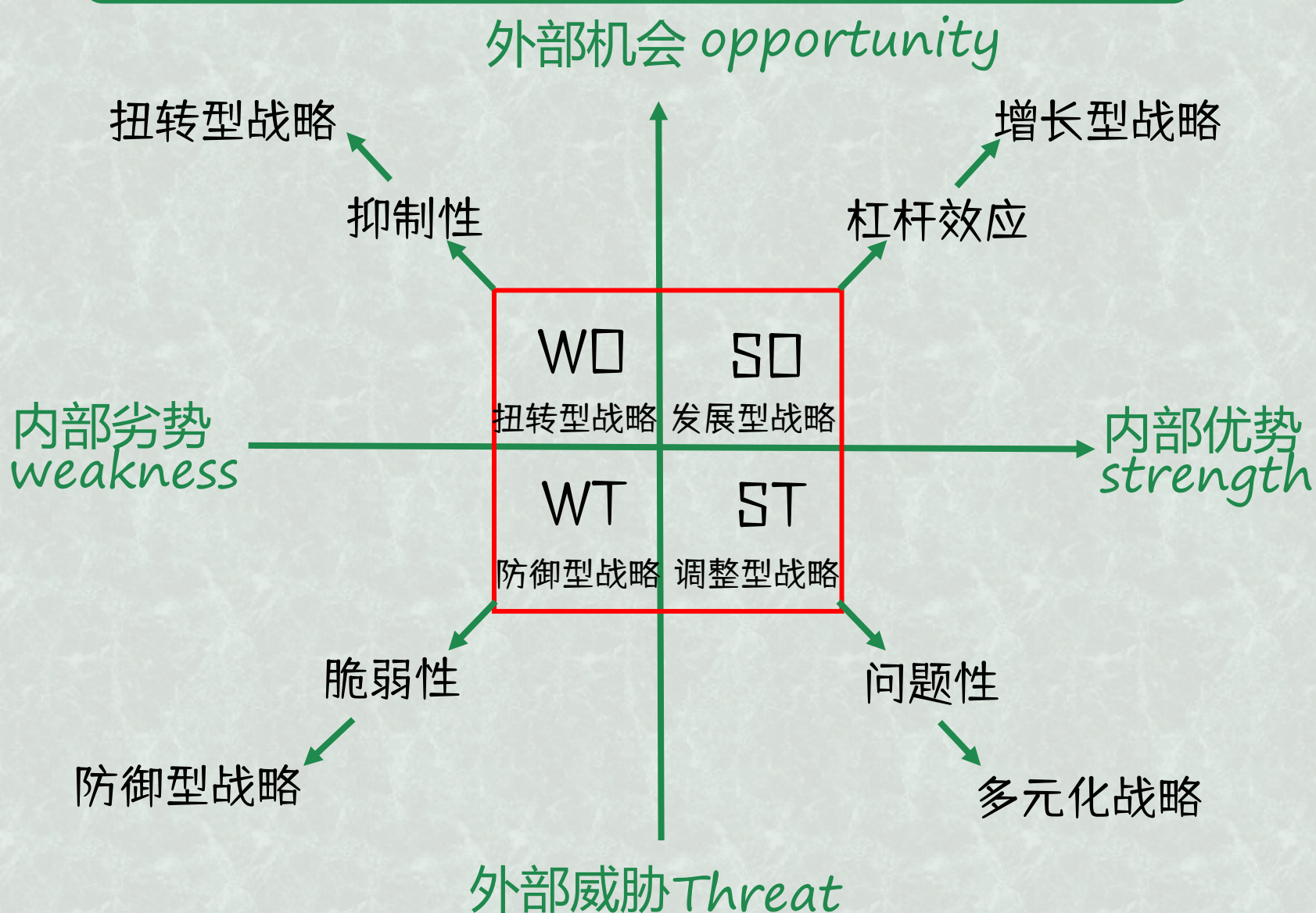


来源 | 李善友教授《第二曲线创新》
应用 | 新消费品牌、战略规划等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



SWOT

用来确定企业自身的竞争优势、劣势、机会、威胁



来源 | 美国管理学教授韦里克提出

应用 | 战略规划、竞争优势、企业管理等

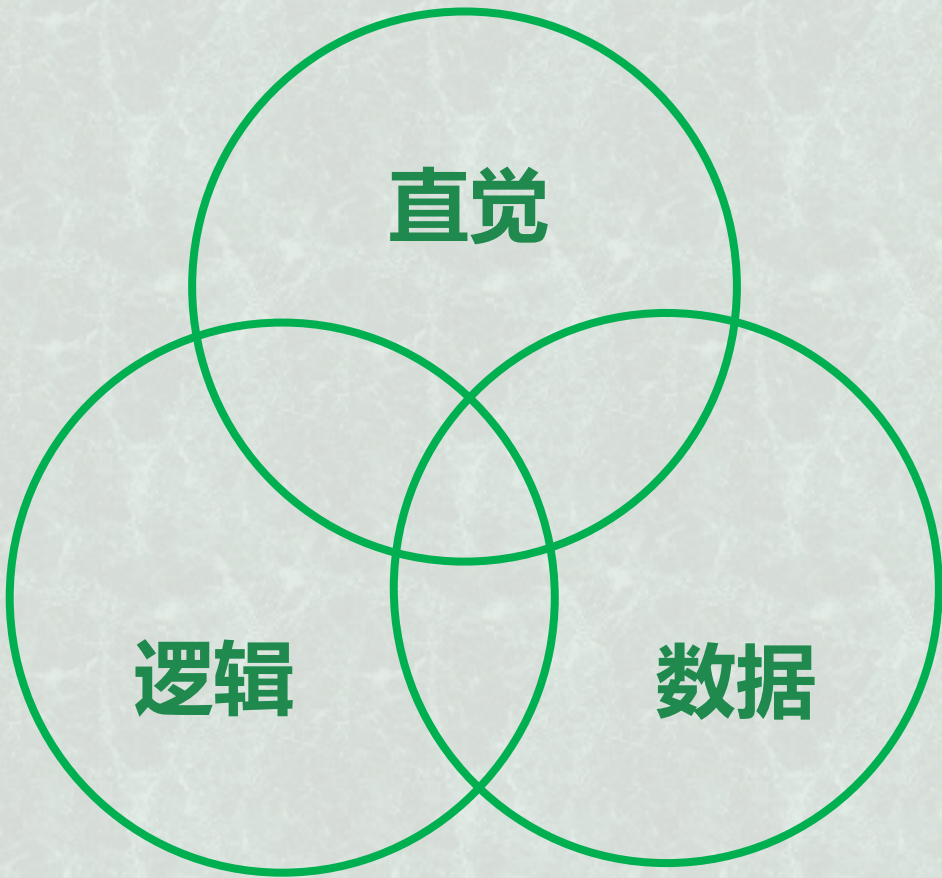
制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块



数据预测模型

通过定性定量方法预测出数据走势与数值

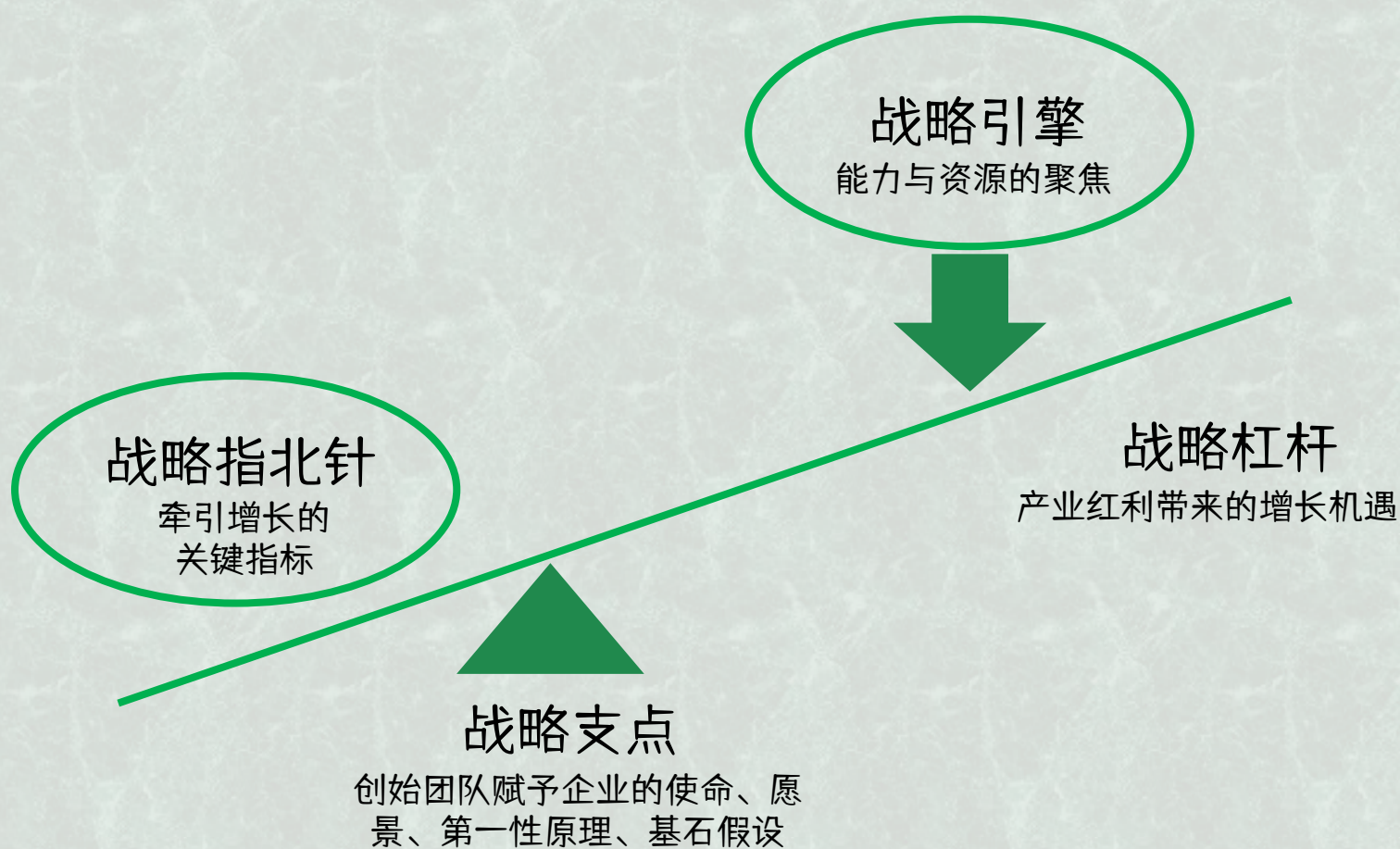


来源 | 网络
应用 | 数据分析、数据预测等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



战略杠杆模型

给我一个支点，我可以翘起地球



来源 | 李善友教授《第二曲线创新》

应用 | 战略规划

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块

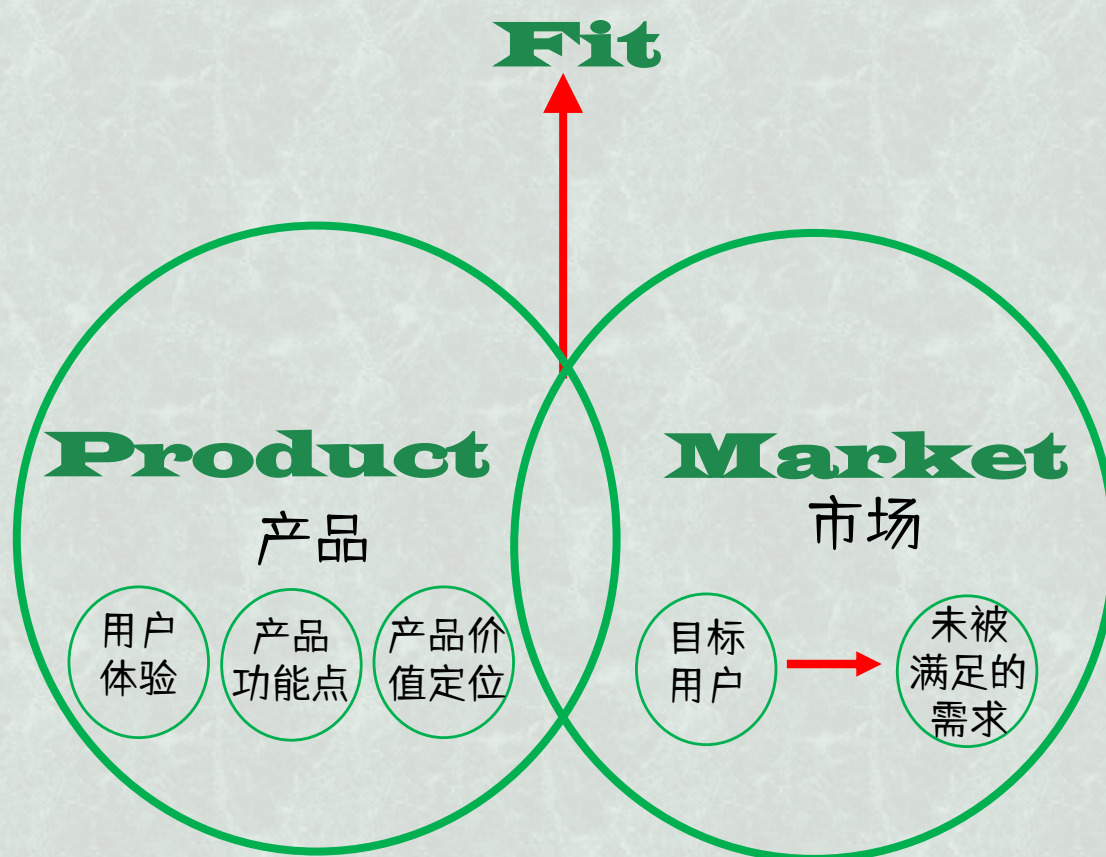




产品市场匹配模型

PFM是产品和市场的最佳契合点

(产品市场匹配模型，又称P/FM)



<<< 验证产品是否能够满足市场需求并获利

来源 | Netscape 创始人马克·安德森

应用 | 市场和产品的匹配分析、产品上市等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块

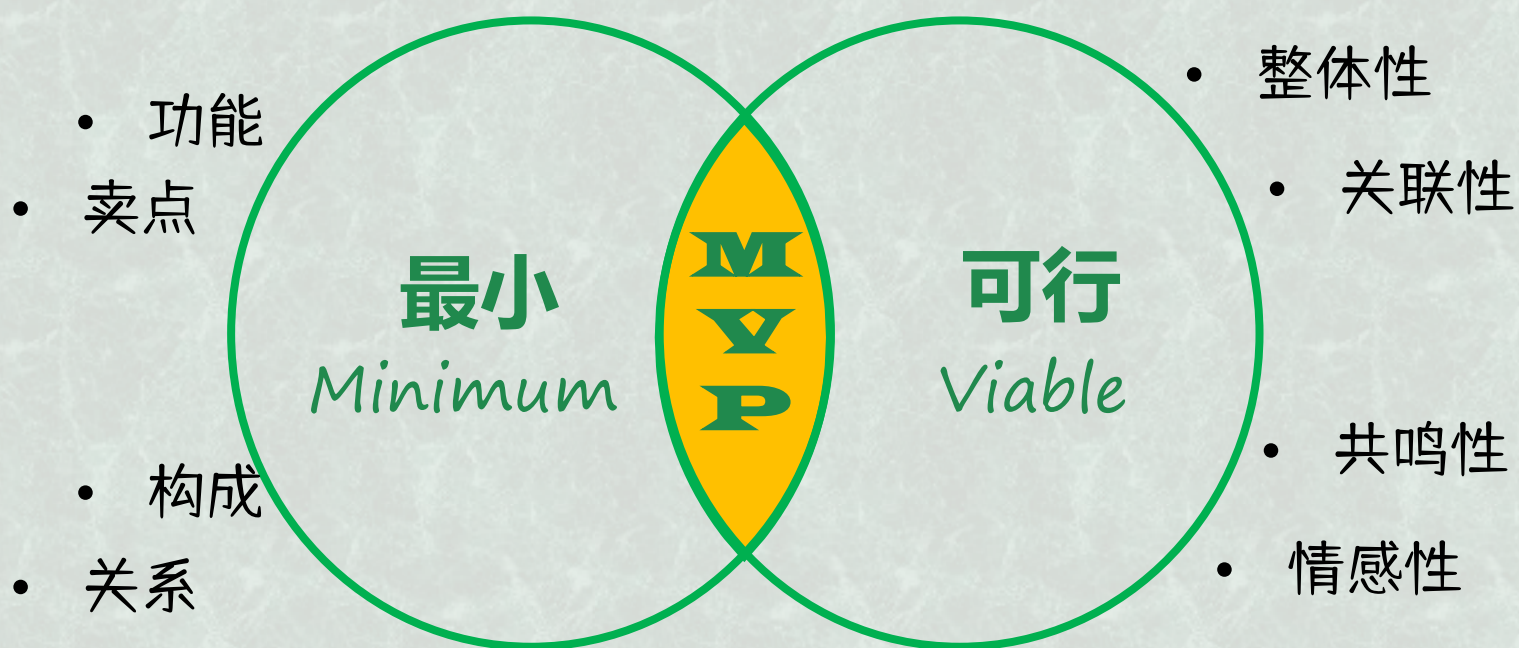




产品画布MVP

MVP指对用户有价值的最小可用产品

(MVP, MinimumViableProduct)



<<< 用最小的代价来验证商业的可行性

来源 | 埃里克·莱斯《精益创业：新创企业的成长思维》

应用 | 产品验证、产品设计、产品运营等

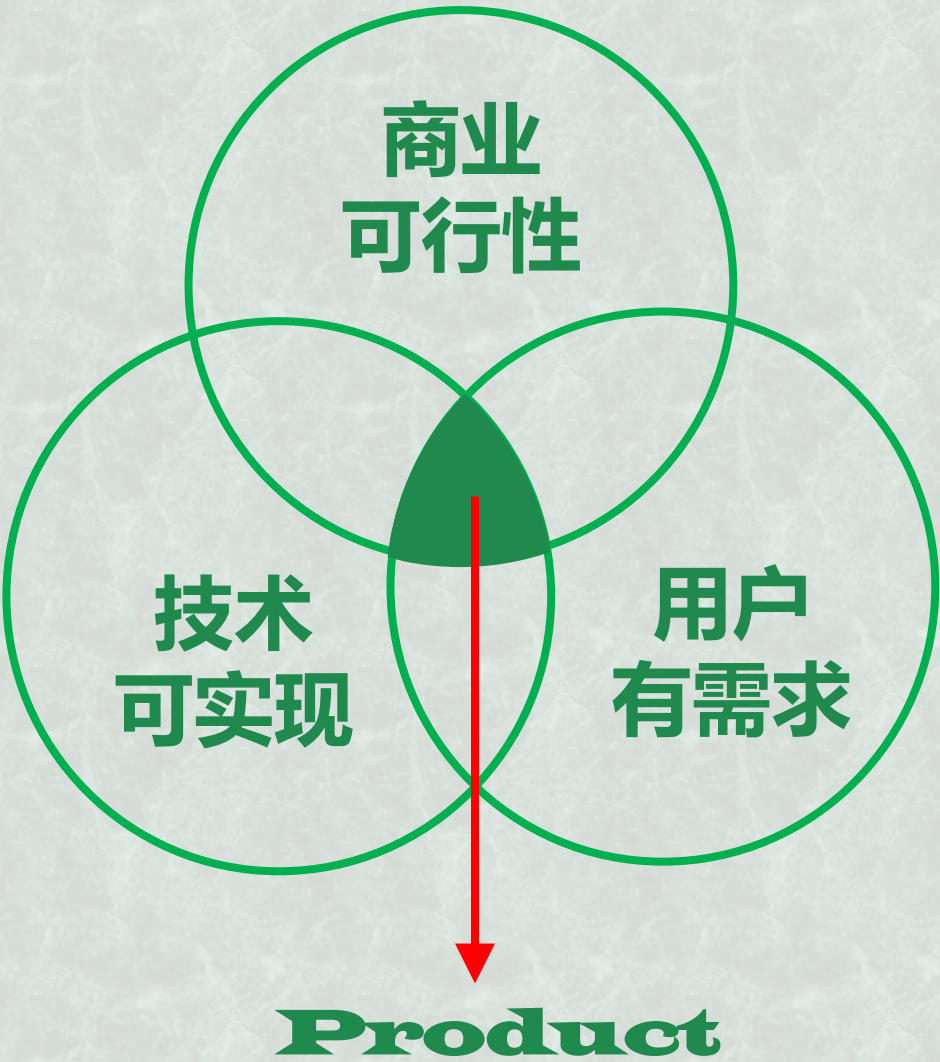
制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块



产品可实现模型

3个维度（商业、技术、需求）让产品可实现

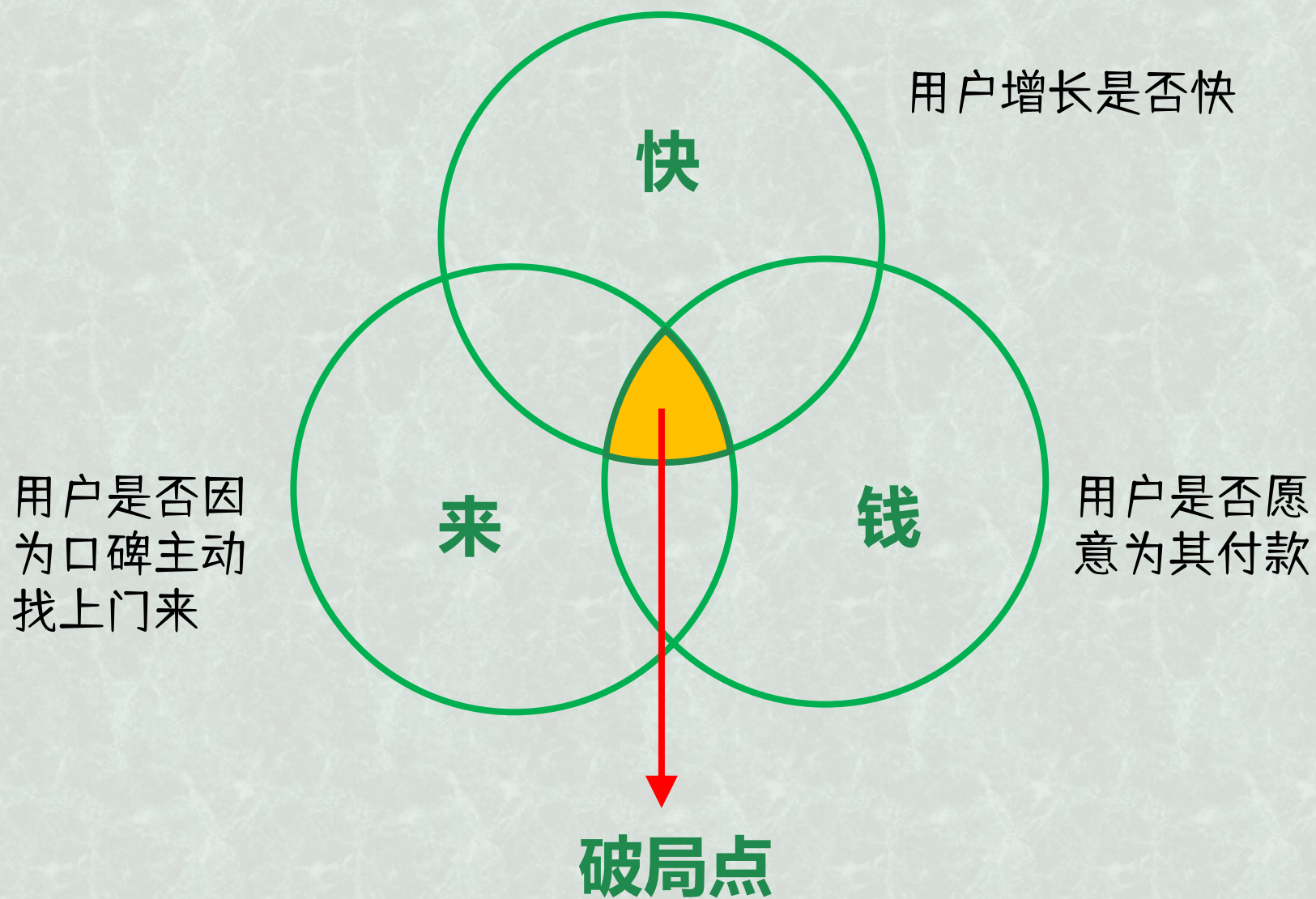


来源 | *Decide.com* 科技公司
应用 | 产品上市、产品运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



快来钱模型

验证一组新的价值主张是否被用户接受



来源 | 李云龙&曾楠 《增长战略》

应用 | 价值主张验证

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块



单店盈利模型

设计一套可复制可盈利、简单化单店模型



推荐 | 陈国圻《如何开一家小而美的店》
应用 | 战略定位、标准化体系搭建、门店裂变等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



科学运营

科学理解自己的生意，科学设定阶段目标



来源 | 干嘉伟《高水平运营不只是做事，更是带人》

应用 | 企业管理、运营等

制图 | 心阳读书成长

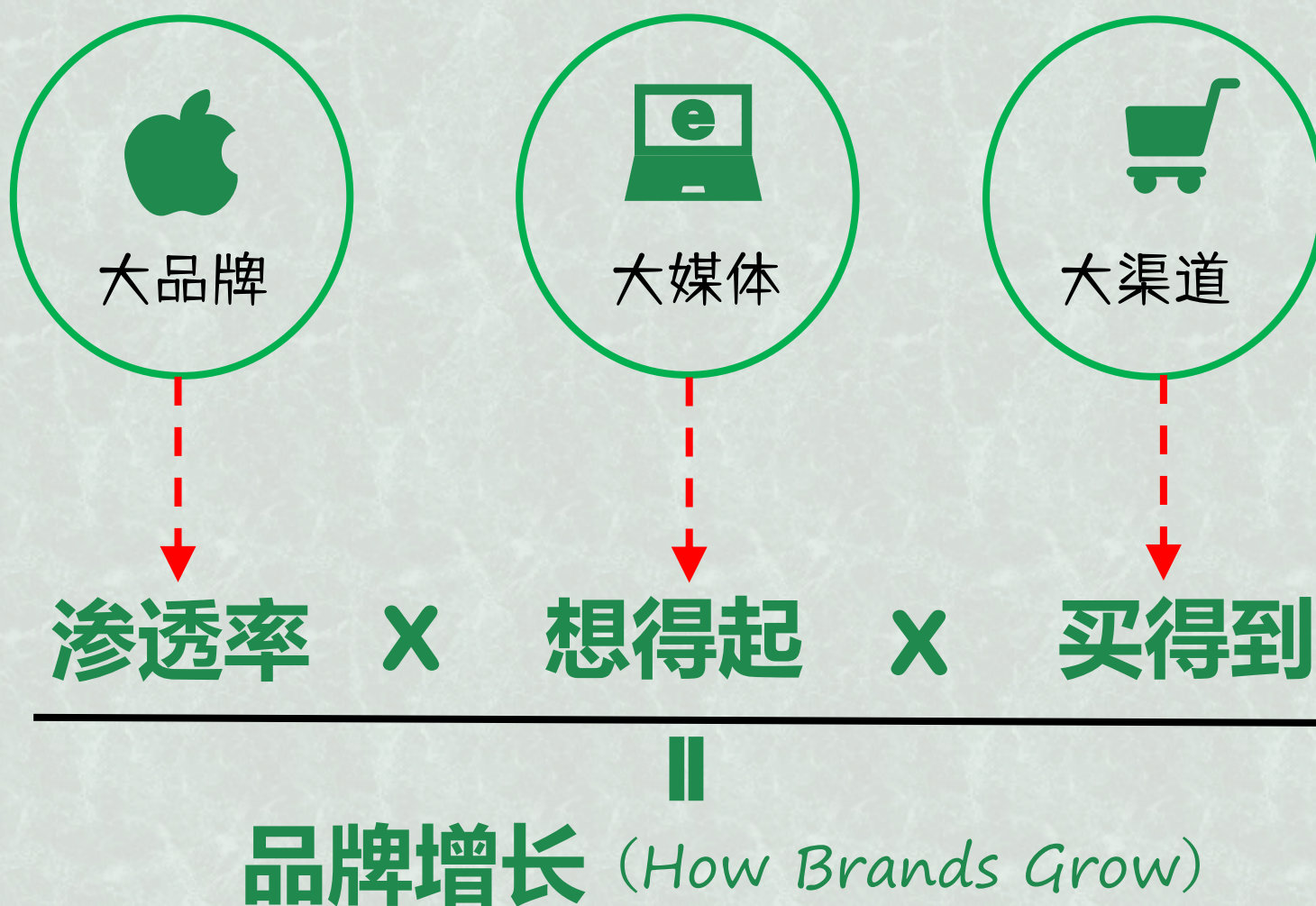
模块 | 战略模块





品牌增长模型

HBG用户购买和销售增长模式



来源 | Dyron Sharp 《How Brands Grow》

应用 | 企业战略/营销战略

制图 | 心阳读书成长

模块 | 战略模块





竞争对位模型



来源 | 迈克尔 波特 《竞争战略》

应用 | 战略规划

制图 | 心阳读书成长

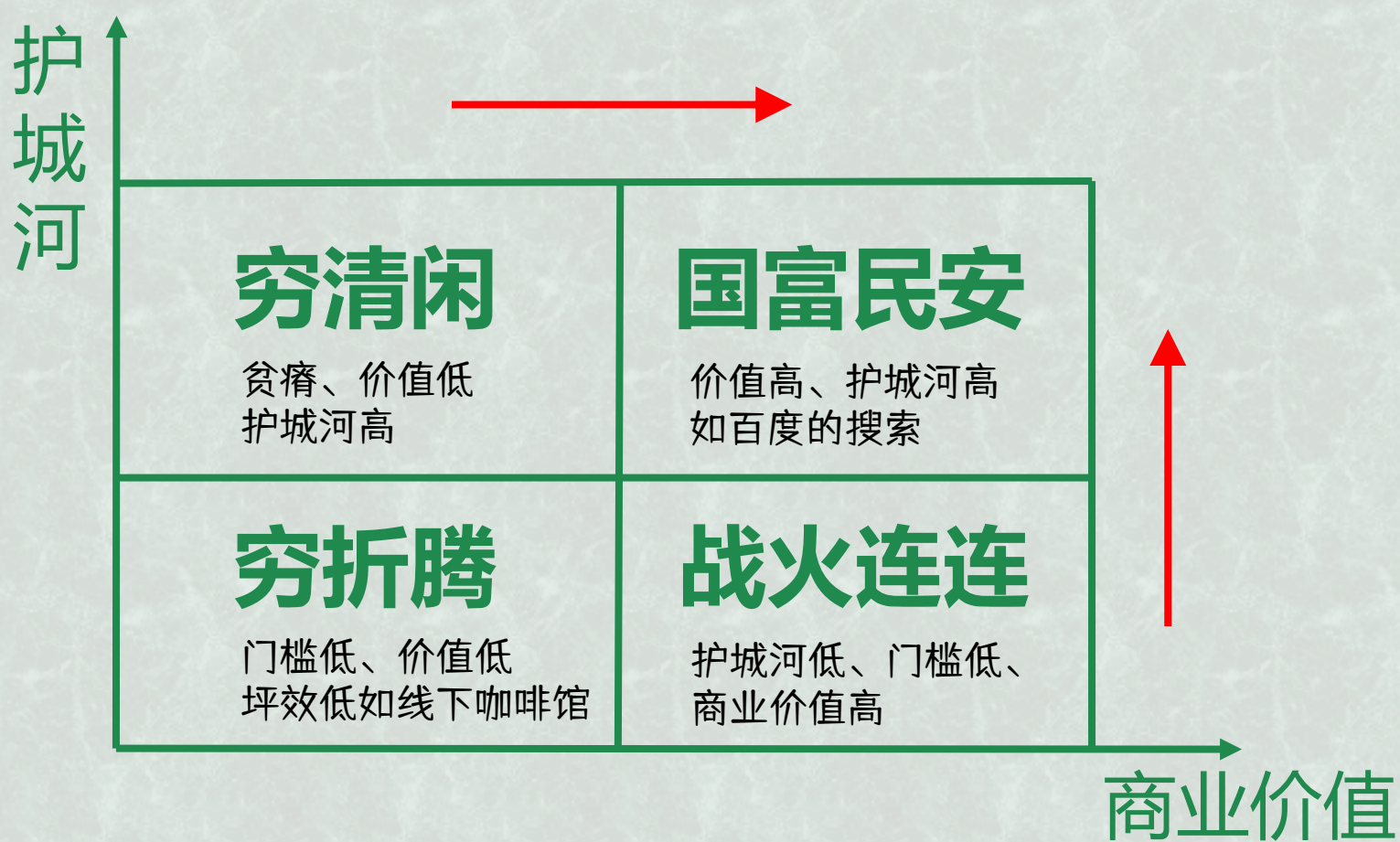
模块 | 战略模块





价值护城河四象限

困难越大，护城河越深



<<< 你为世界创造了X美元的价值，然后获取了其中的Y%（0-100都有可能），X和Y都是完全独立变量，Y值就跟护城河有关

来源 | Peter Thiel 《如何创业》公开课

应用 | 战略规划

制图 | 心阳读书成长

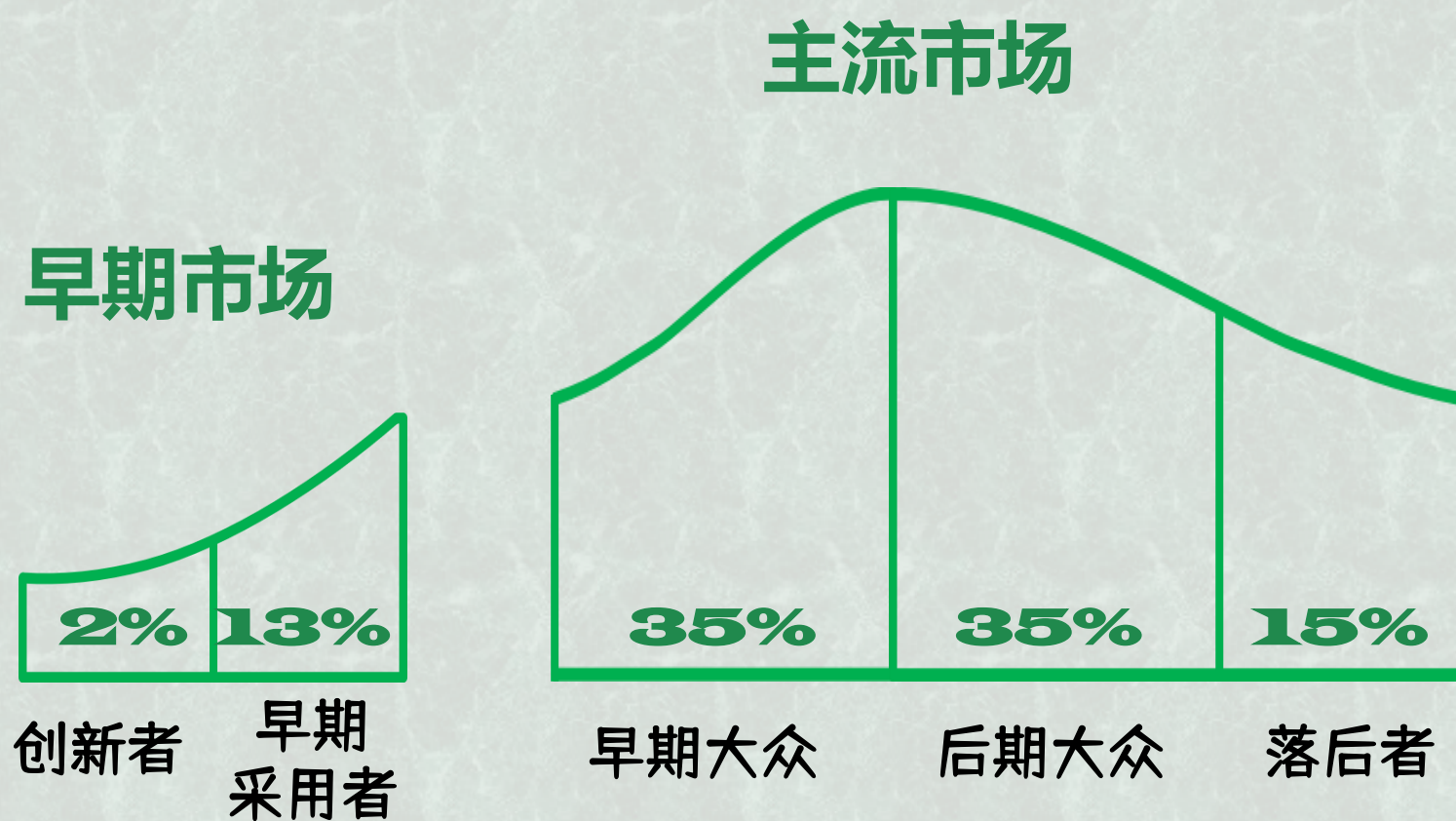
模块 | 战略模块





跨越鸿沟

跨越鸿沟第一步是理解技术采纳生命周期



<<< 创业者跨越鸿沟的关键是理解“竞争性定位罗盘”
初步是瞄准重视技术的创新者和早期使用者。

来源 | 杰弗里·摩尔 《跨越鸿沟》
应用 | 战略定位、高科技产品营销等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块





业务判断模型

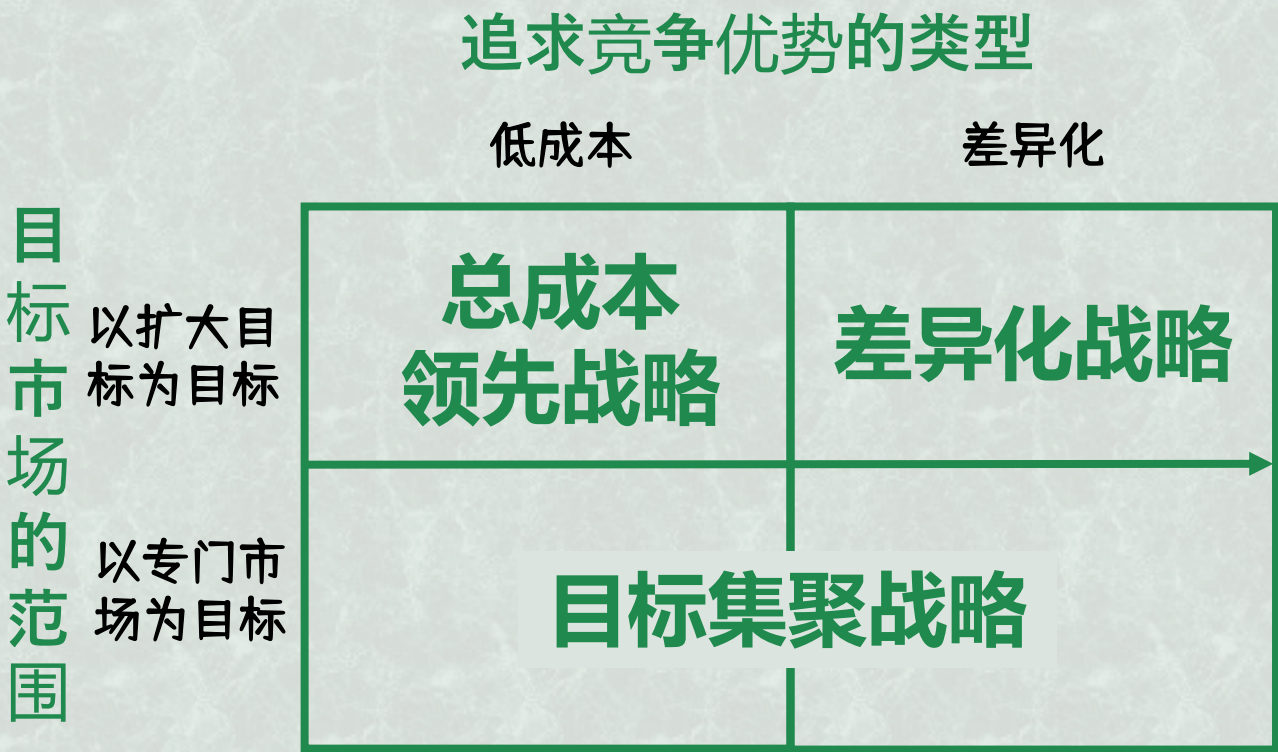


来源 | 迈克尔 波特 《竞争战略》
应用 | 战略规划、产品运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



竞争3大通用模型

针对“五力”竞争，波特提出3种基本战略



- <<< ① 比竞争对手便宜，叫总成本领先战略
- ② 和竞争对手不一样，叫差异化战略
- ③ 占领一个对手忽视的局部市场，目标集聚战略

来源 | 迈克尔 波特 《竞争战略》

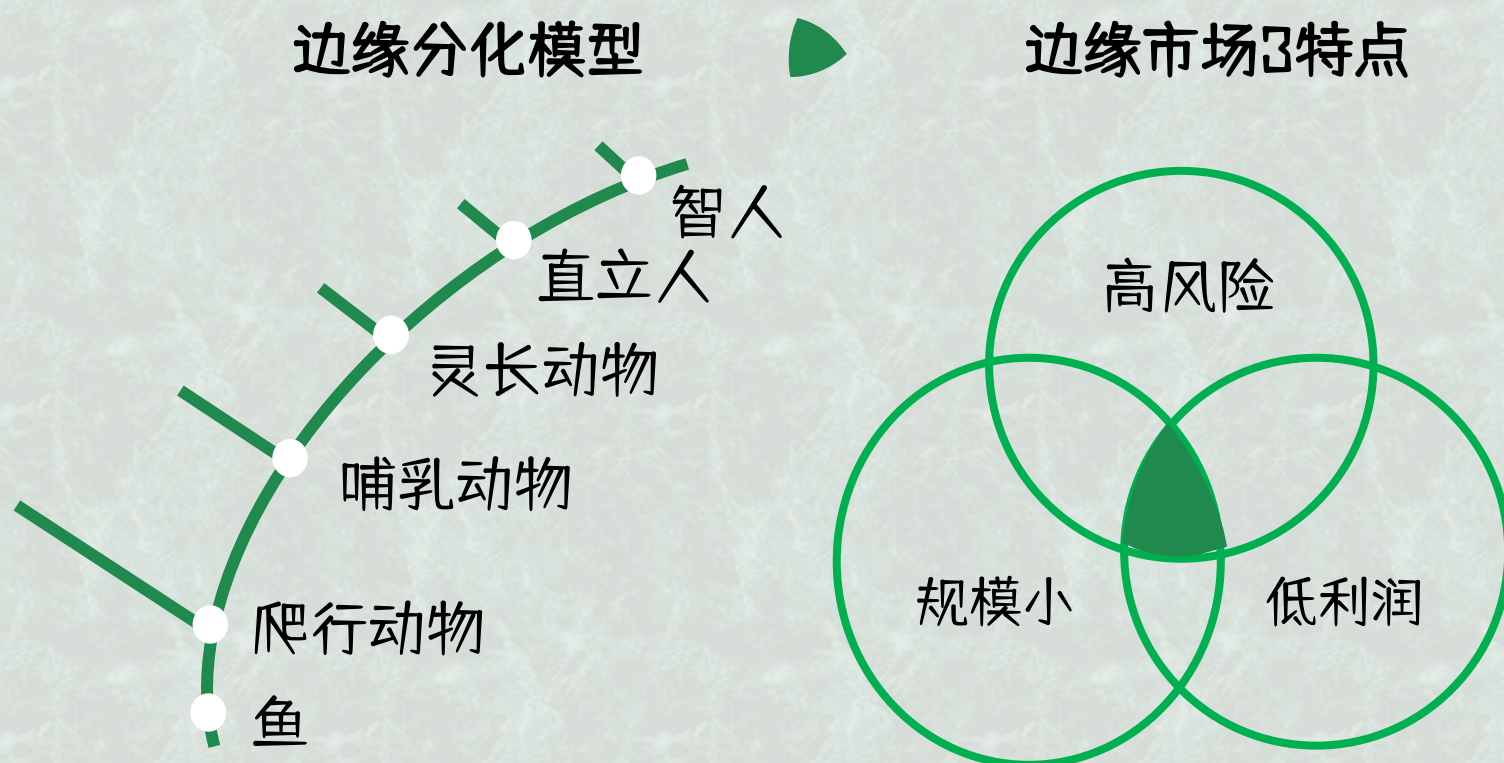
应用 | 竞争战略

制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块

边缘分化模型

创新总来自于边缘，边缘的创新动力更强

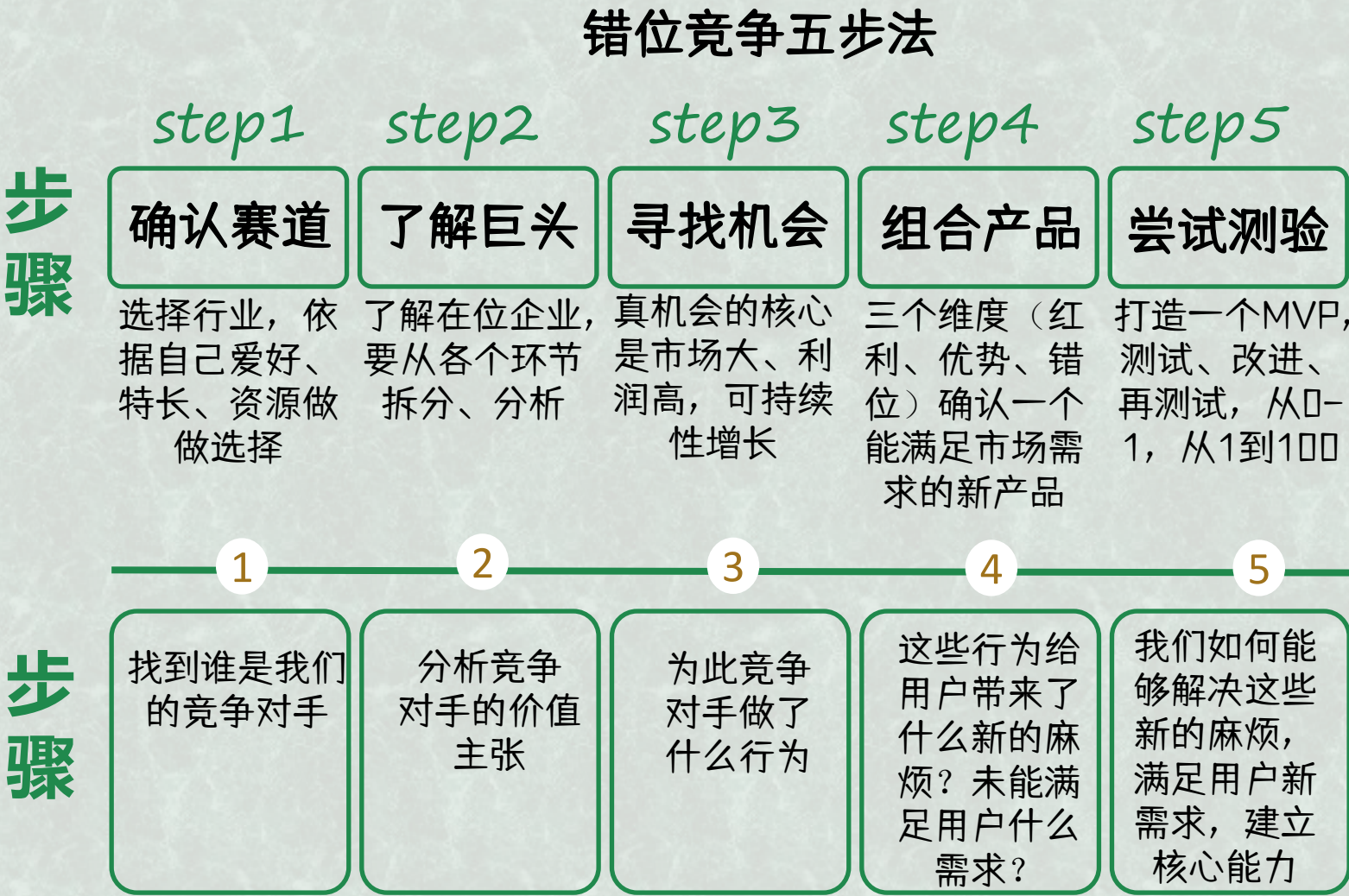


<<< 边缘分化可以分为“边缘”和“分化”两部分，边缘指主流价值网的边缘用户，或用户的一部分边缘需求；分化则是指发展路径上两端的分化。

来源 | 李善友《第二曲线创新》
应用 | 运营、企业优化、解决问题等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

错位竞争五步法

错位竞争本质在于差异化，认知自身优势

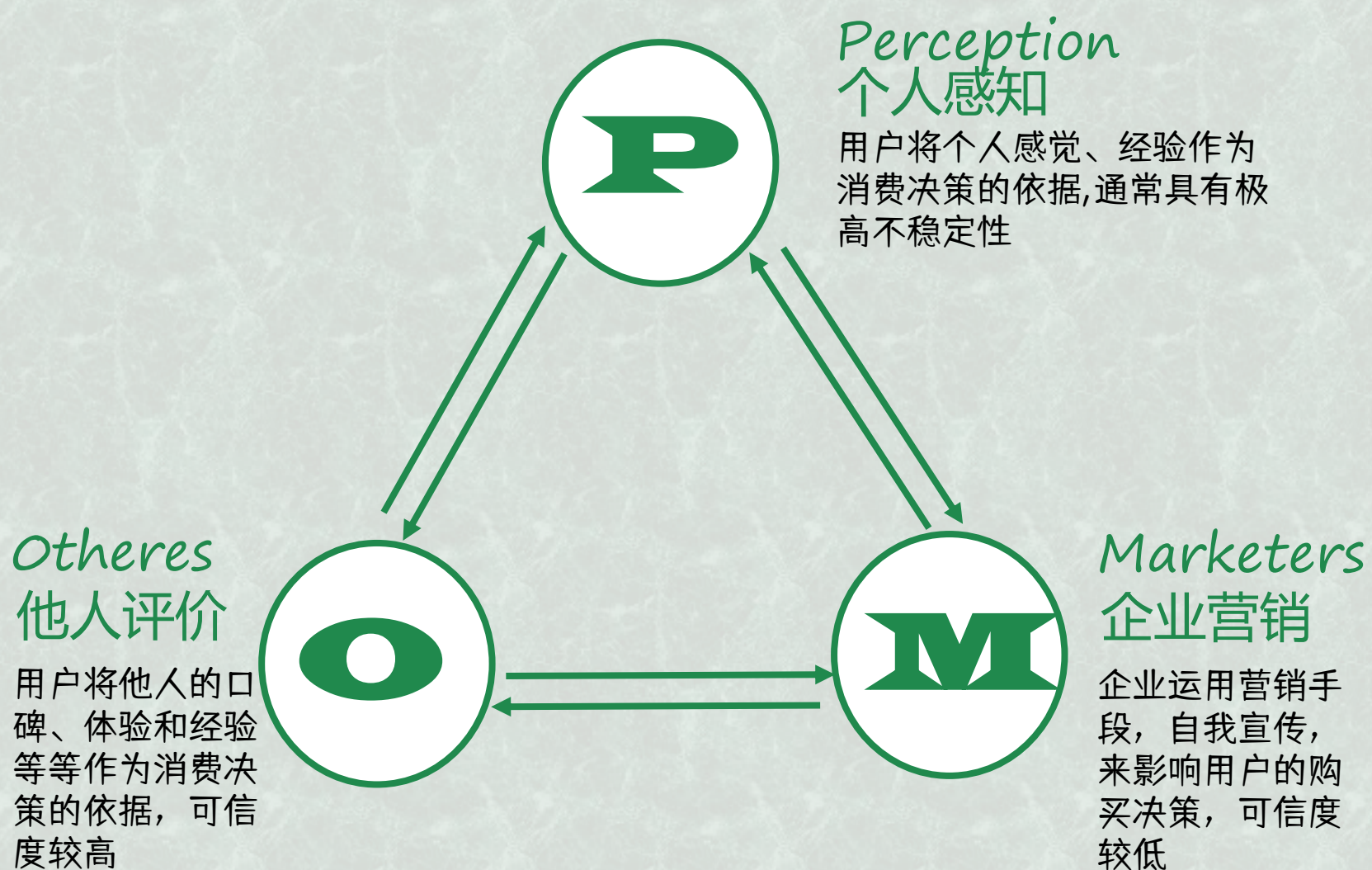


错位竞争方法论

来源 | 李善友《第二曲线创新》
应用 | 战略规划、企业管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

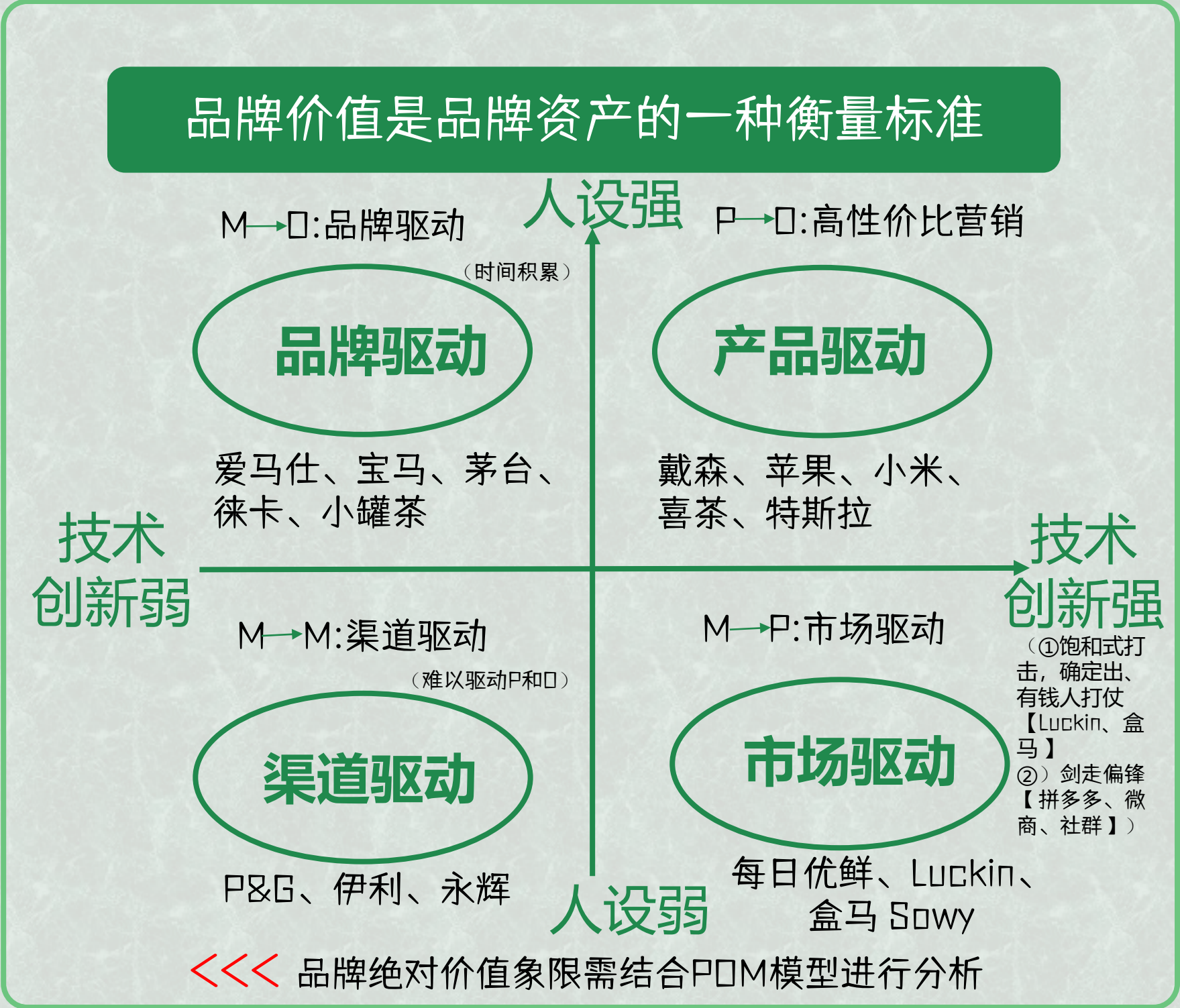
POM模型

影响消费者购买决策的三大因素



来源 | 李善友《第二曲线创新》
应用 | 产品、服务市场定位、营销等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

品牌绝对价值象限



来源 | 网络
应用 | 品牌、服务市场定位等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

报酬矩阵

从支付表中抽象出来由损益值形成的矩阵

		难度	
		小	大
效果	好	效果好 可行性高	效果好 可行性低
	差	效果差 可行性高	效果差 可行性低

<<< 先分别设定各个方案在不同自然状态下的收益，然后按客观概率条件下，加权平均计算出各方案的期望收益值，通过比较，从中选出一个最佳方案。

来源 | 日本AND株式会社《商业框架图签》
应用 | 方案、决策等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

马斯洛需求理论



来源 | 马斯洛 《动机与个性》（1970年版）

应用 | 定位、营销策略等

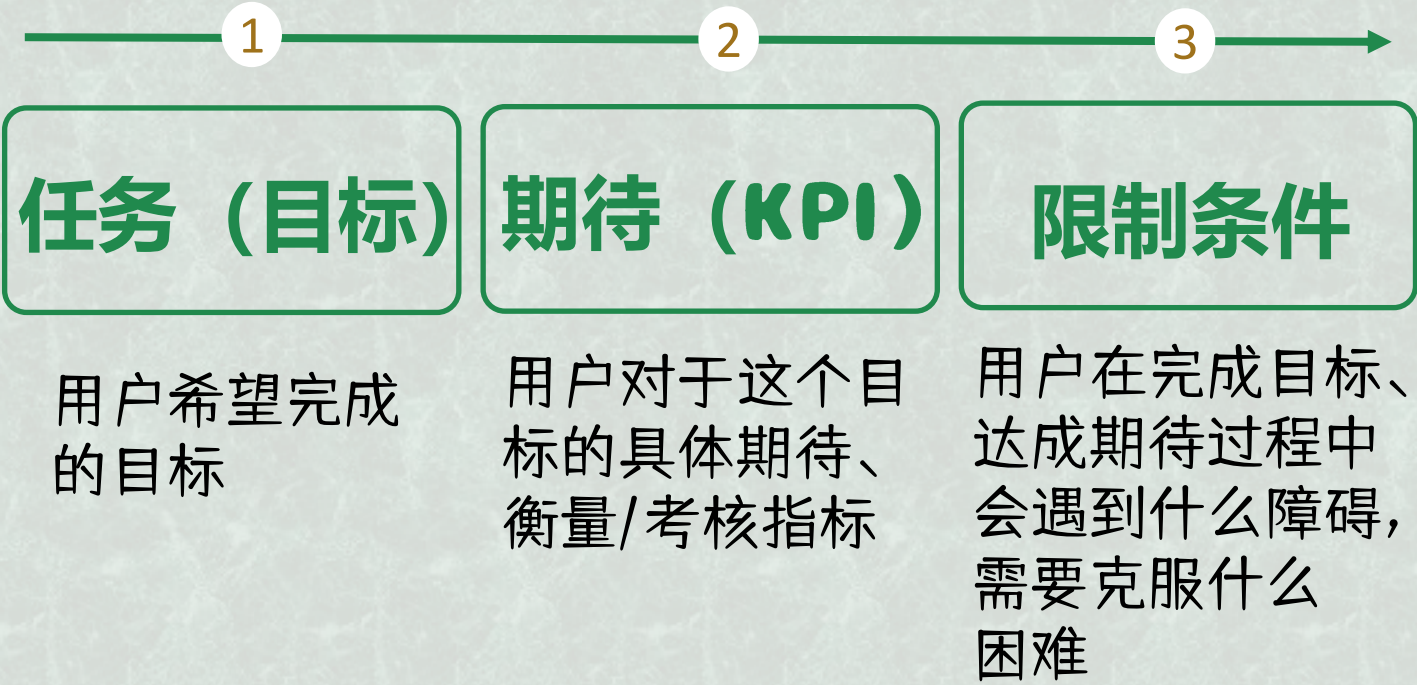
制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块

焦糖布丁理论模型

用户不需要产品，只是雇用产品完成任务

(即用户任务理论Jobs To Be Done, JTBD)

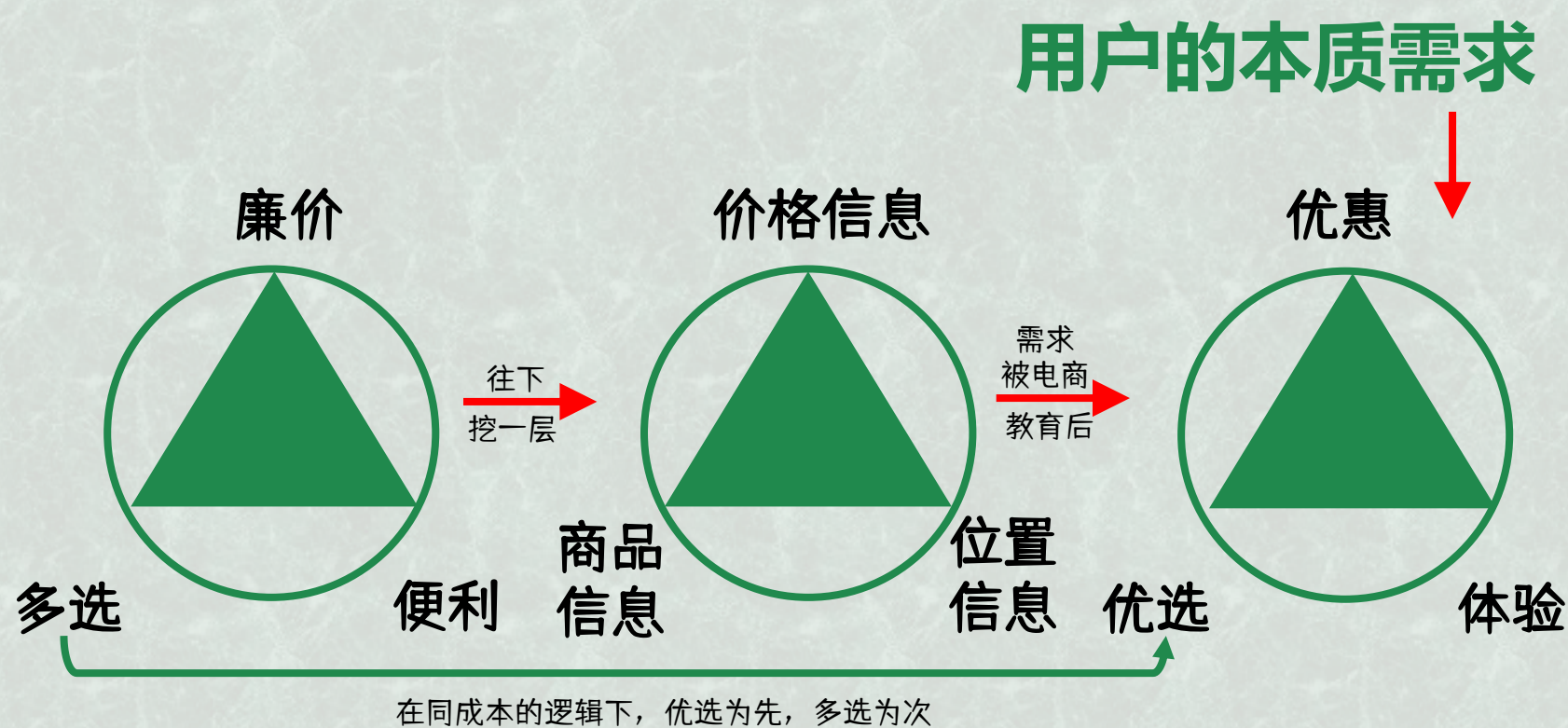


<<< 克里斯坦森的用途理论建议创新者从用户行为目的出发，深入场景，帮助用户完成他想要完成的任务。

来源 | 克莱顿·克里斯坦森《创新的两难》
应用 | 产品创新、新消费品开发等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

零售三角

零售三角是对用户需求的具象提炼

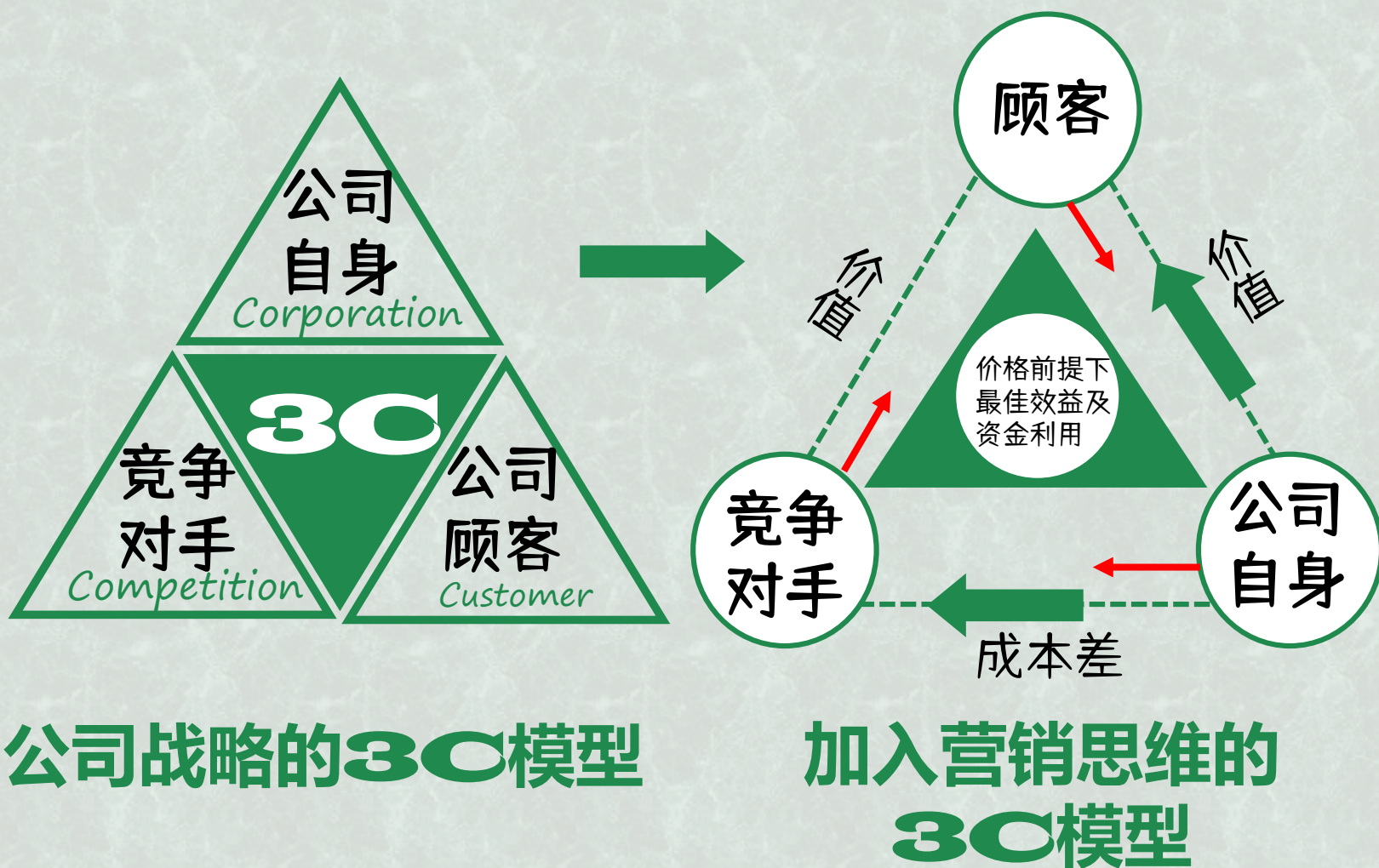


<<< 新零售非常强调以用户为中心，通过对需求的满足，打破了线上线下的边界，重构供给和连接的生态位和服务形态。

推荐 | 刘润《新零售：低价高效的数据赋能之路》
应用 | 新零售（2016年马云提出的概念）
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

大前研一战略三角

成功战略的3个关键因素



<<< 只有将公司、顾客与竞争者整合在同一个战略内，可持续的竞争优势才有存在的可能。

来源 | 日本战略研究的领军人物大前研一

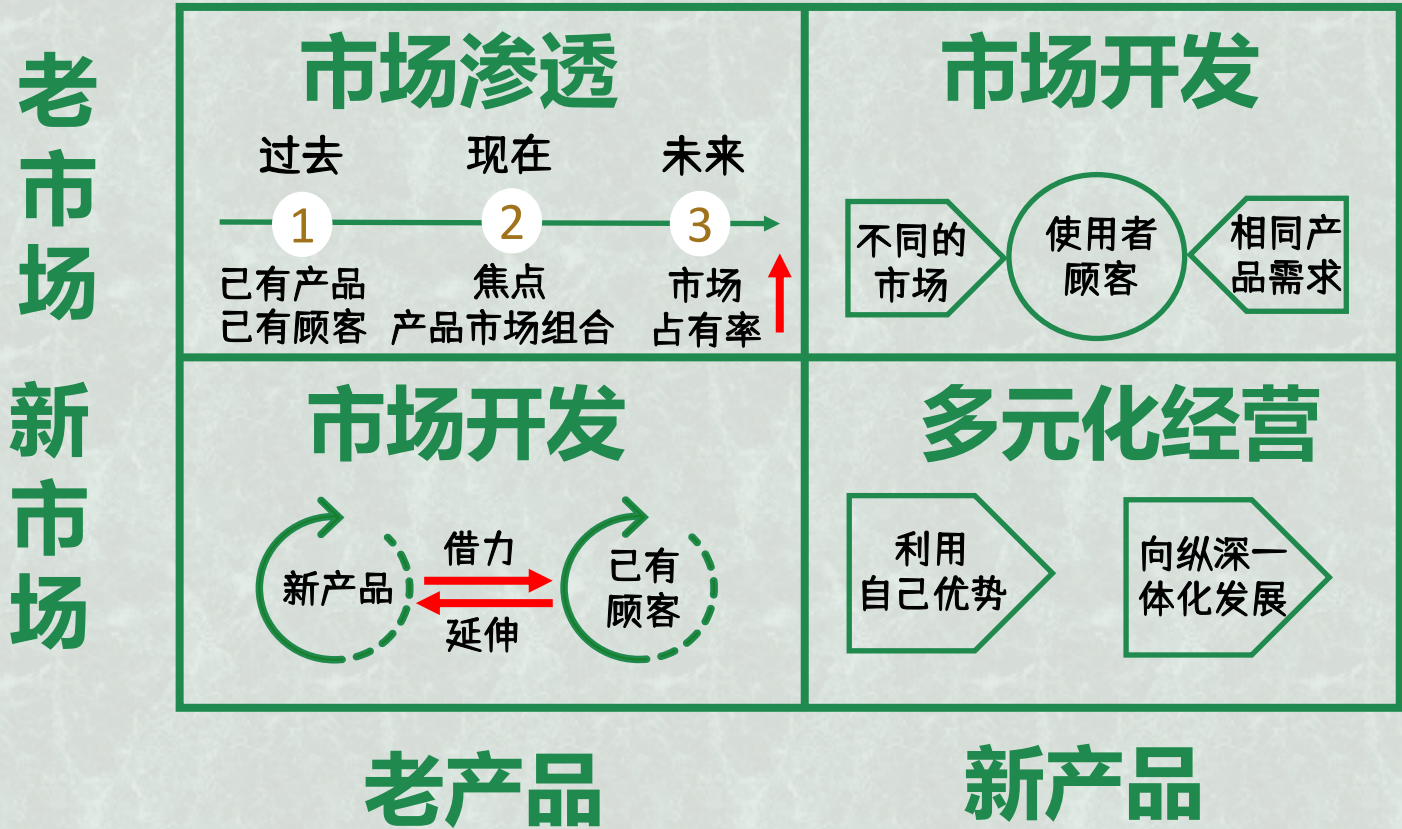
应用 | 企业经营战略、营销等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块

安索夫矩阵

以产品和市场作为两大基本面向

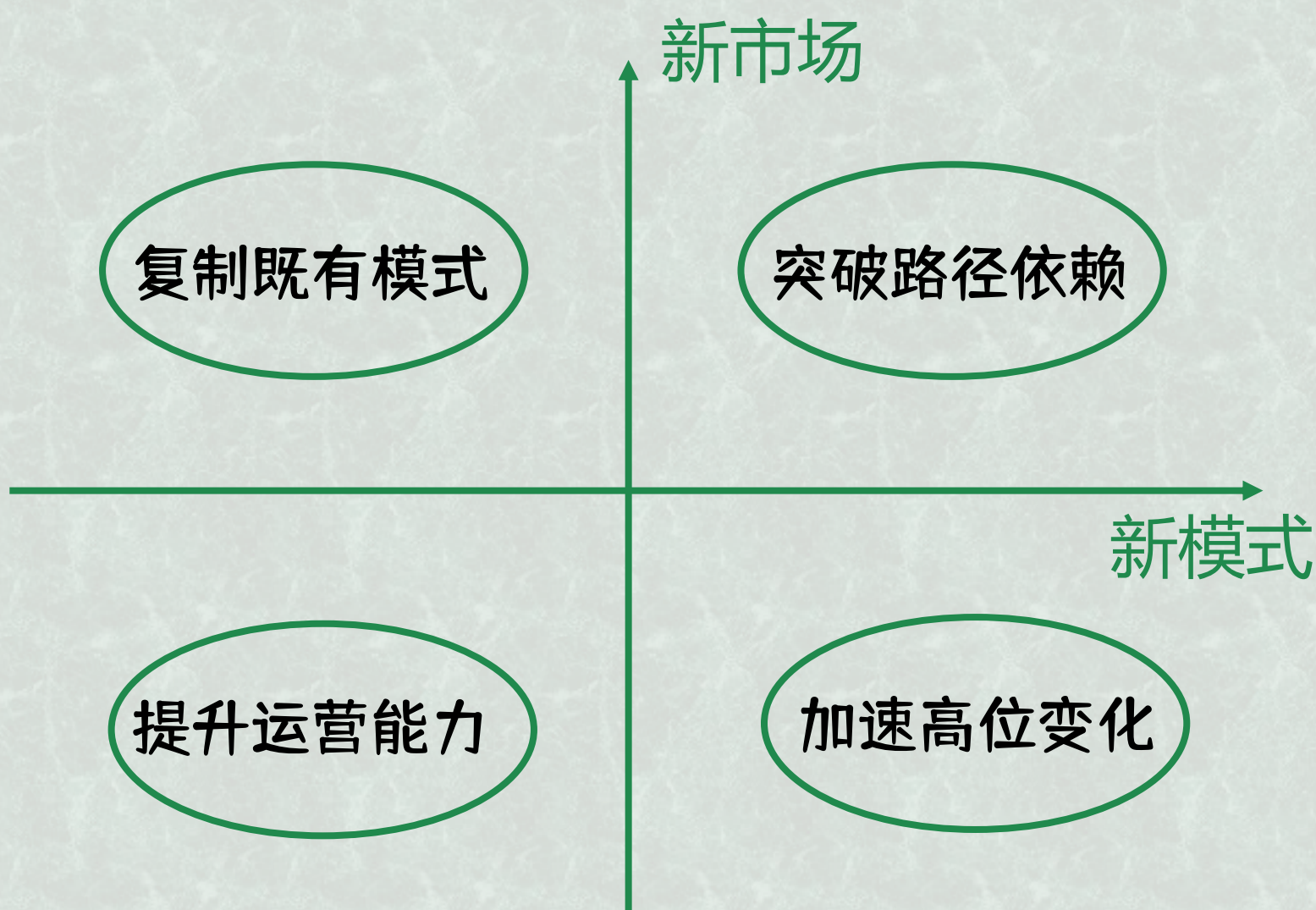


<<< 安索夫矩阵的主要内容为：市场渗透、市场开发、产品延伸、多样化经营、市场巩固

来源 | 策略管理之父安索夫博士于1957年提出
应用 | 市场营销
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

市场模式识别模型

以新市场和新模式为纵横轴进行分析

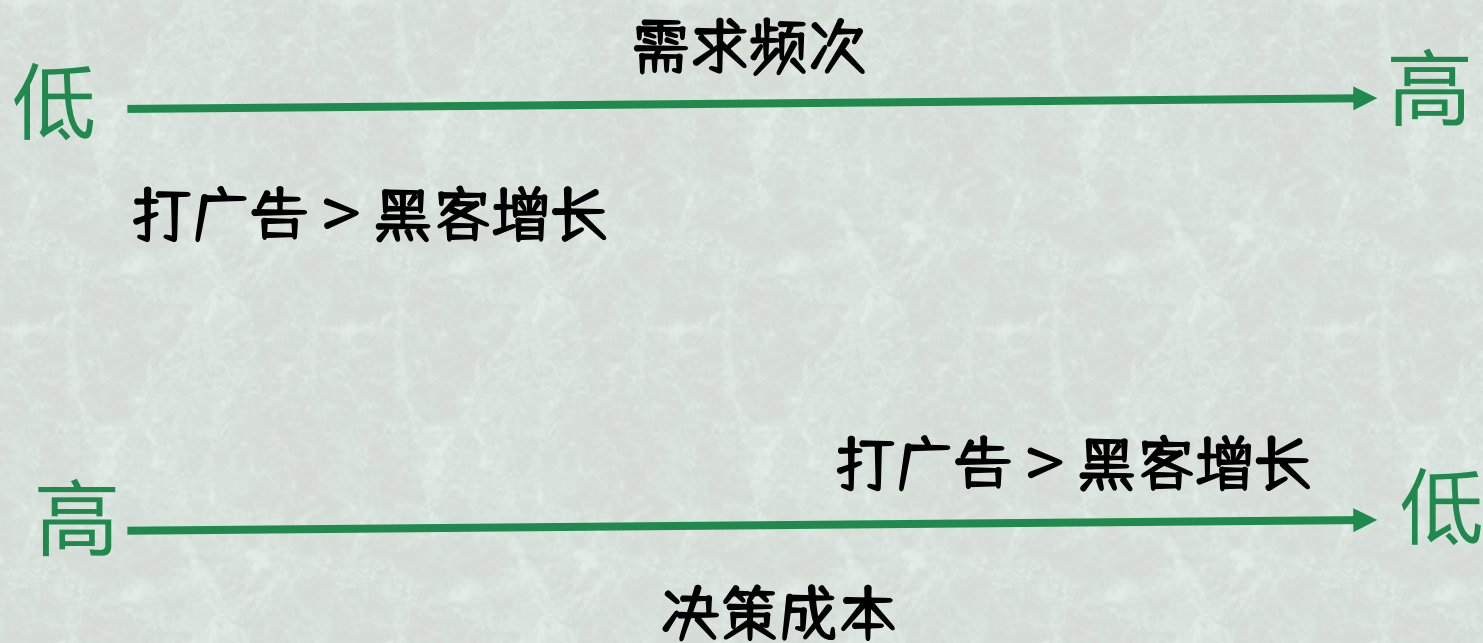


来源 | 网络
应用 | 新零售、运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块



增长战略选择

增长型战略鼓励企业的发展立足于创新



<<< 从企业发展的角度来看，任何成功的企业都应当经历长短不一增长型战略实施期，因为从本质上说只有增长型战略才能不断地扩大规模，是企业从竞争力弱小发展成为实力雄厚的大企业

参考 | 《哈佛商业评论》中文版（2023年第4期）

应用 | 企业增长

制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块



AARRR

用客户生命周期来理解获客和维护用户

(因其“掠夺式”增长方式，又称海盗模型)

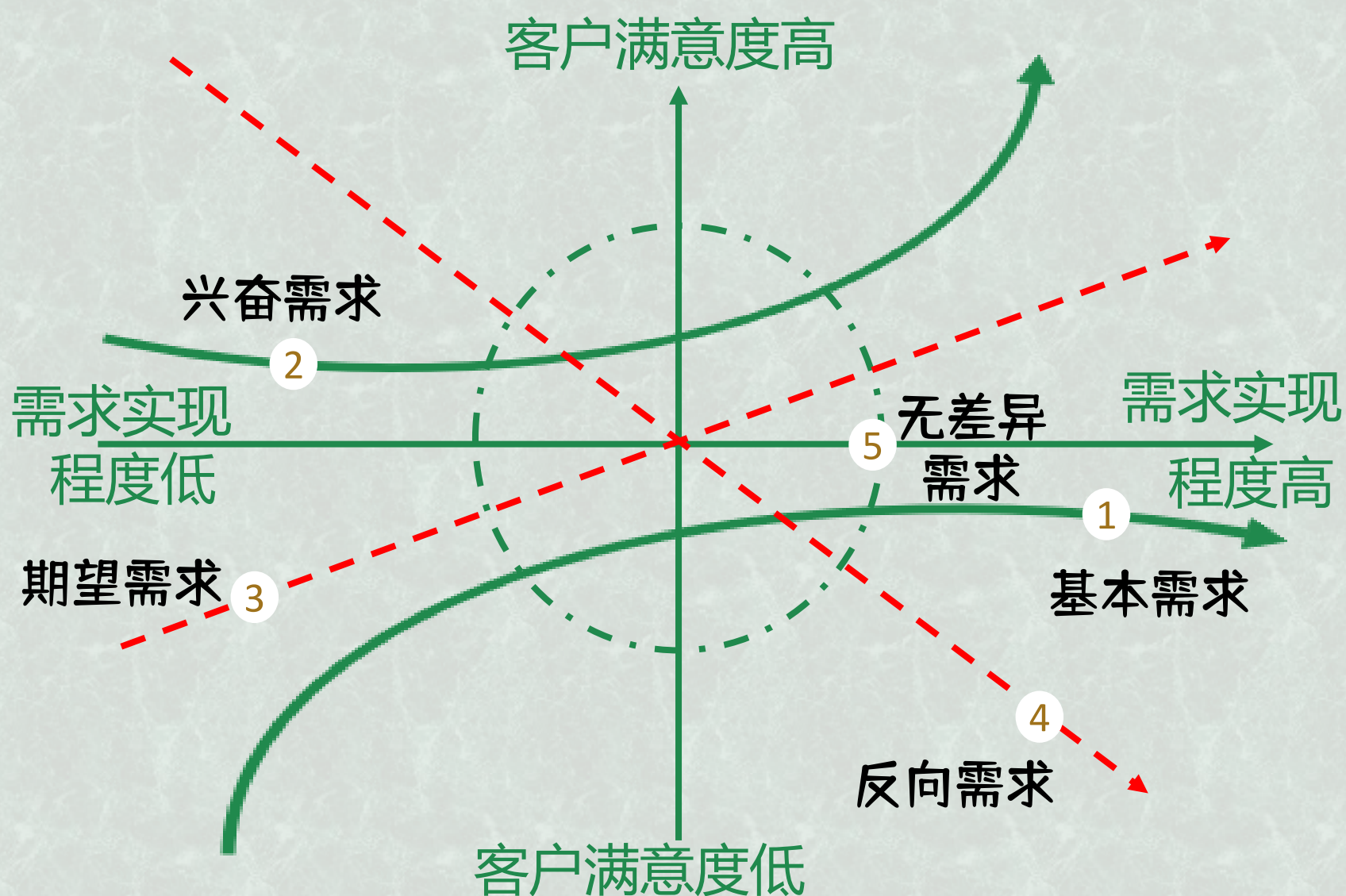


<<< 该模型描述的就是使用户进入产品的流量池，然后通过促进其使用习惯，想办法收割用户价值，并且在过程中鼓励其进行传播

来源 | Dave McClure 2007年提出
应用 | 商业、决策、用户增长、社群运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块

KANO 模型

对用户需求分类排序的工具



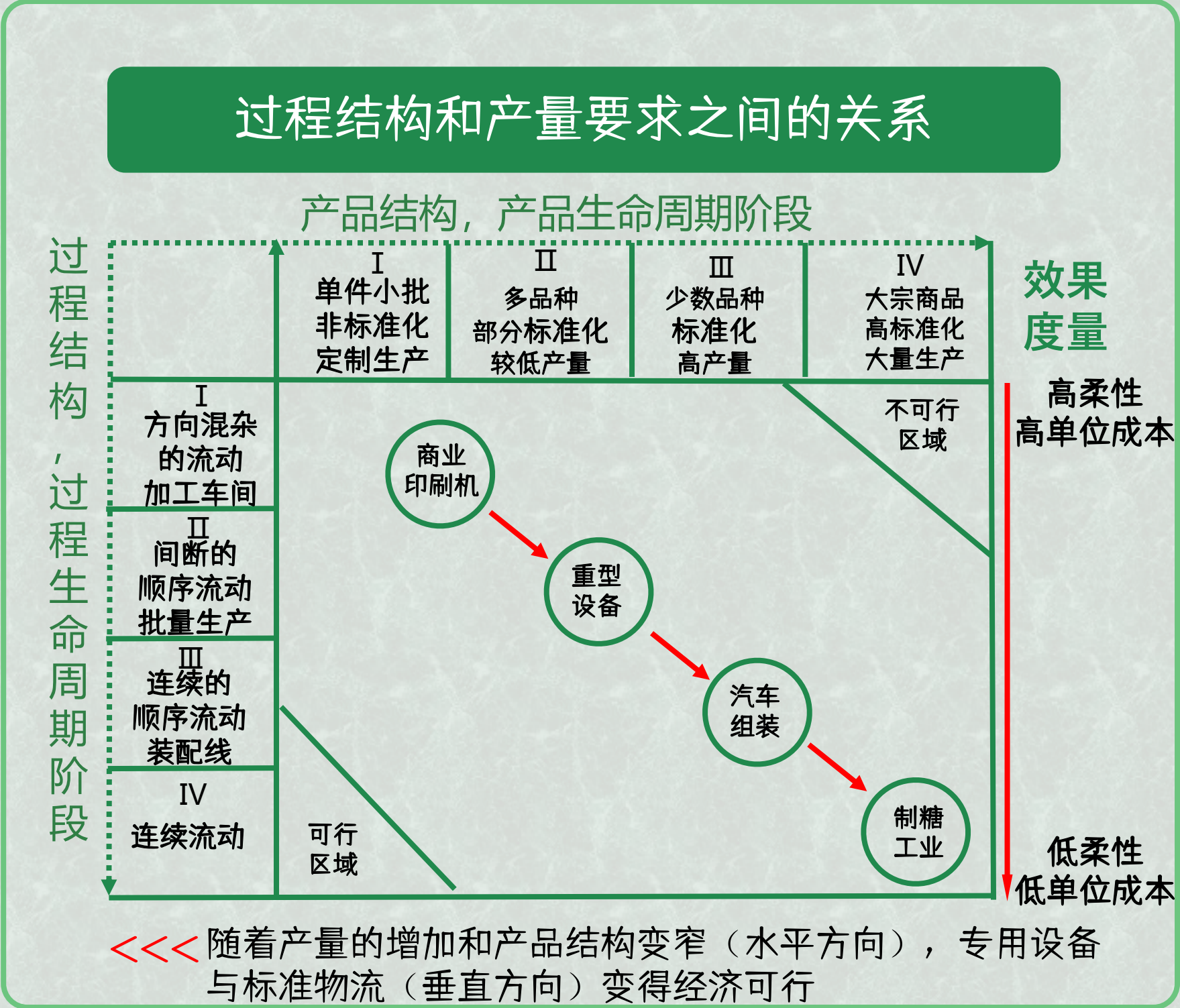
来源 | 东京理工大学教授狩野纪昭发明

应用 | 产品运营、了解客户需求等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块

产品过程矩阵



来源 | 威尔莱特和克拉克提出沿着两个维度标准绘制的项目组合图

应用 | 产品决策

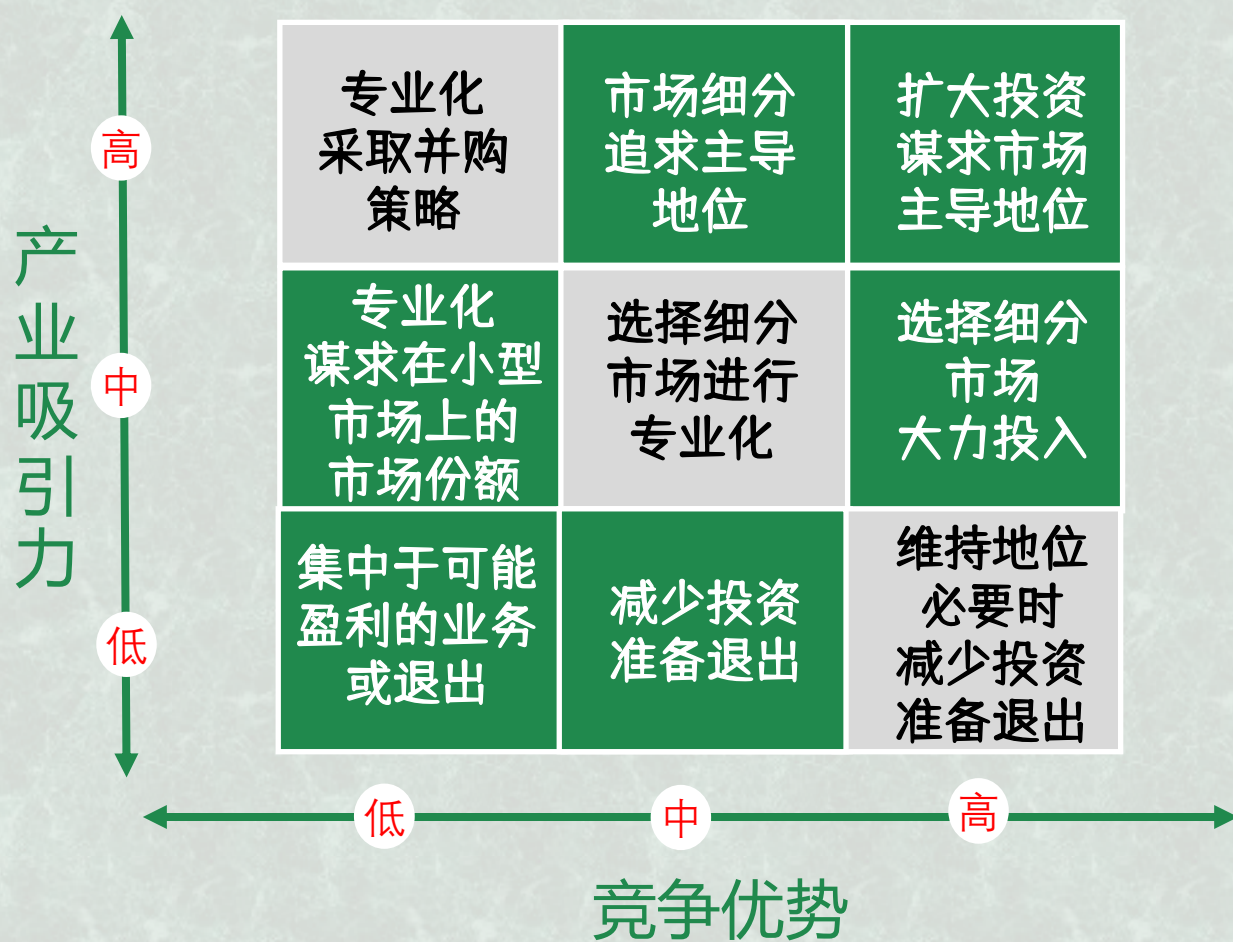
制图 | 心阳读书成长

模块 | 竞争模块

麦肯锡矩阵

3X3矩阵，9个单元，代表不同业务类型

(又称九盒矩阵法、电气公司法、行业吸引力矩阵)



<<< 高市场吸引力+高竞争优势=企业黄金地段，应充分利用资源

来源 | 美国通用电气公司 (GE) 于70年代开发的新投资组合分析方法
应用 | 企业规划、决策等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 竞争模块



波士顿矩阵

通过业务优化组合实现企业现金流量平衡



<<< 波士顿矩阵，通过销售增长率和市场占有率两个维度对企业的产品进行分析，思考如何分配企业的优质资源。

来源 | 波士顿咨询集团BCG于70年代初开发出来的

应用 | 战略规划、产品销售等

制图 | 心阳读书成长

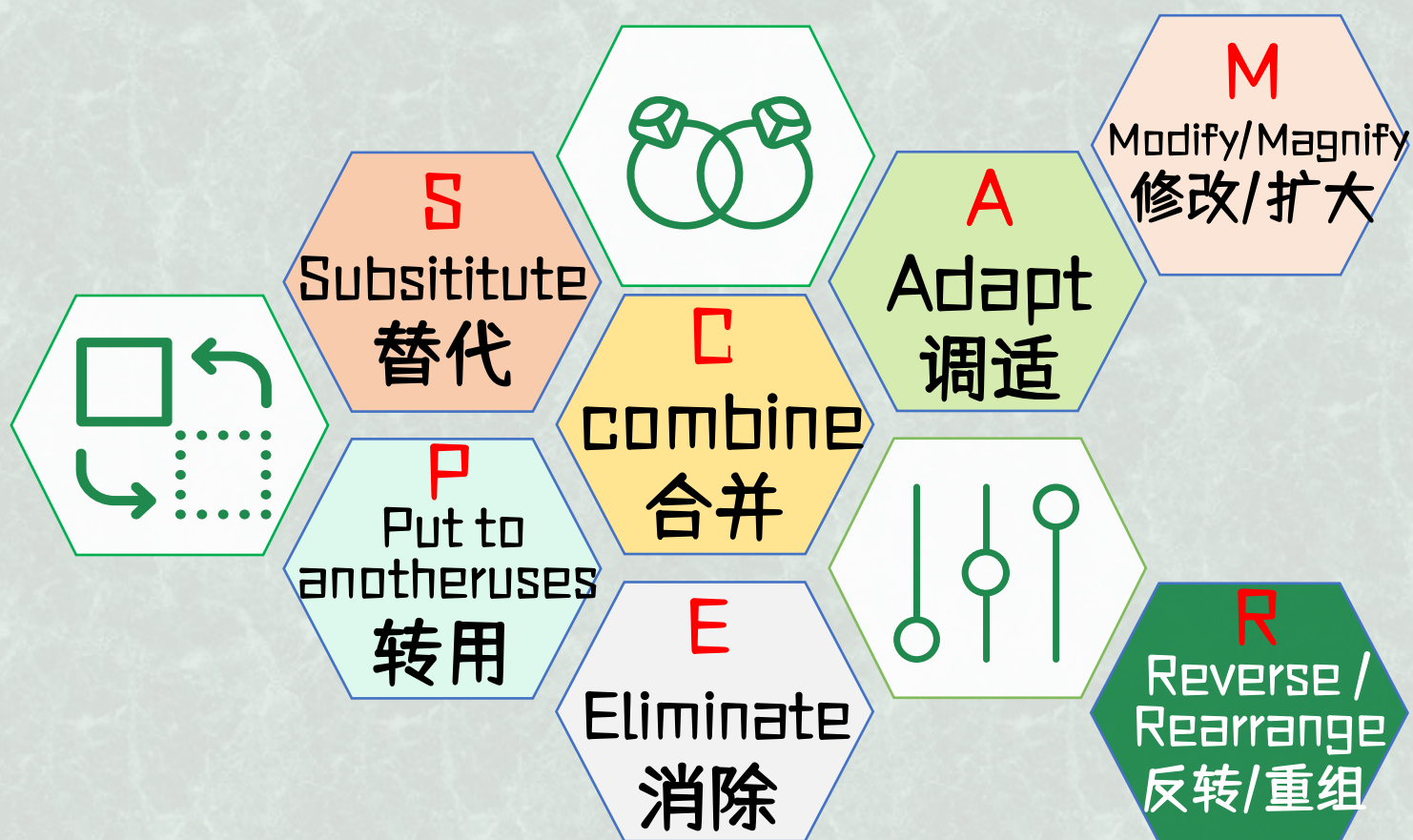
模块 | 创新模块





SCAMPER

SCAMPER是一种创新方法



<<< 通过7种方式有助于检验是否有更好的改进现状的新想法

来源 | 美国心理学家罗伯特·艾伯尔创作
应用 | 商业模式、产品服务、产品改进等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块

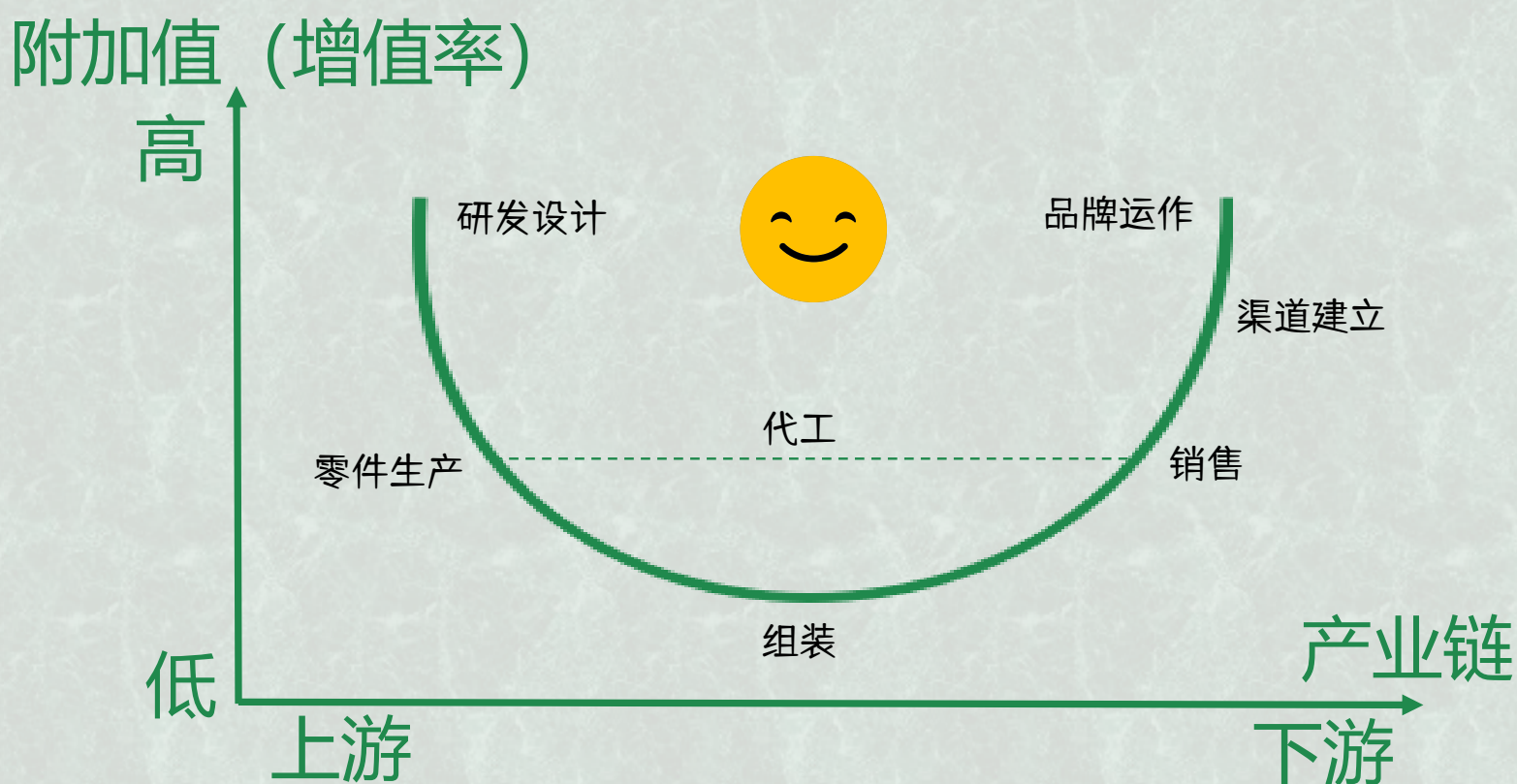




微笑曲线

价值的高点位于产业链两端：研发和营销

(又称产业微笑曲线)



- <<< ① 价值的高点位于产业链的两端：研发和营销
② 生产则处于价值的低洼点

来源 | 宏基集团创办人施振荣于1992年提出

应用 | 战略规划

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块





二要素模型

最朴素、最简单的商业模式



<<< 商业模式最基本的表述是我们一定要发明一种交易结构，这种交易结构首先一定是让顾客获得价值，然后同时我们企业也要获得价值。

来源 | 左仁淑主编《创业管理：慕课与翻转课题》

应用 | 战略规划

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块





三要素模型

任何一个商业模式都要研究至少3个问题



<<< 盈利模式只是商业模式里面的一部分，最重要的反而是前面2个问题

来源 | 左仁淑主编《创业管理：慕课与翻转课题》

应用 | 战略规划、商业模式等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块





四要素模型

你不该只关注客户，还要关注总价值创造

过去战略体系 ————— 商业模式体系 —————



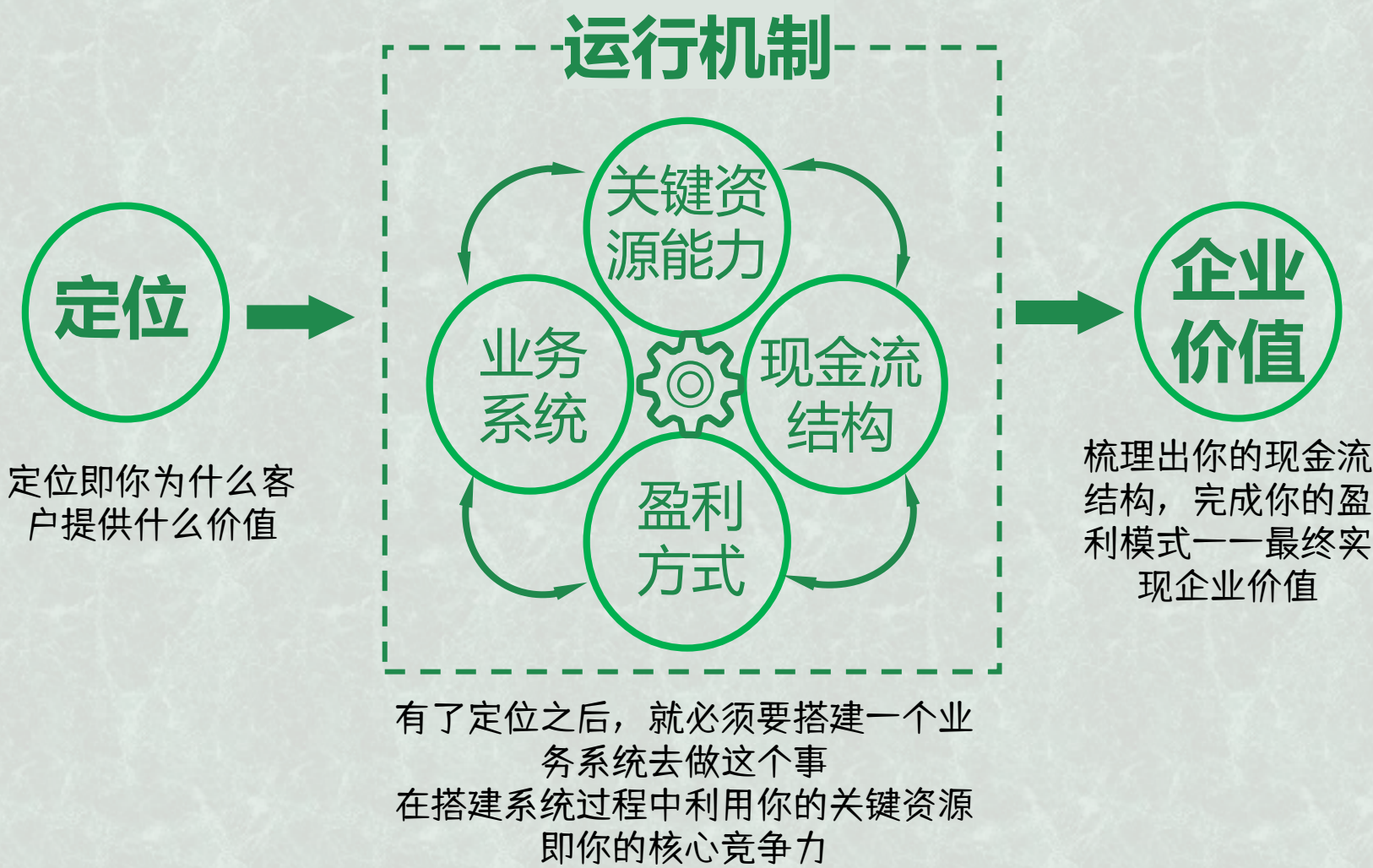
<<< 让所有利益相关者，加在一起都能获得价值即总价值创造

来源 | 日本早稻田大学三谷宏治《商业模式全史》
应用 | 战略规划、商业模式等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块



六要素模型

6要素模型第一要素是：定位



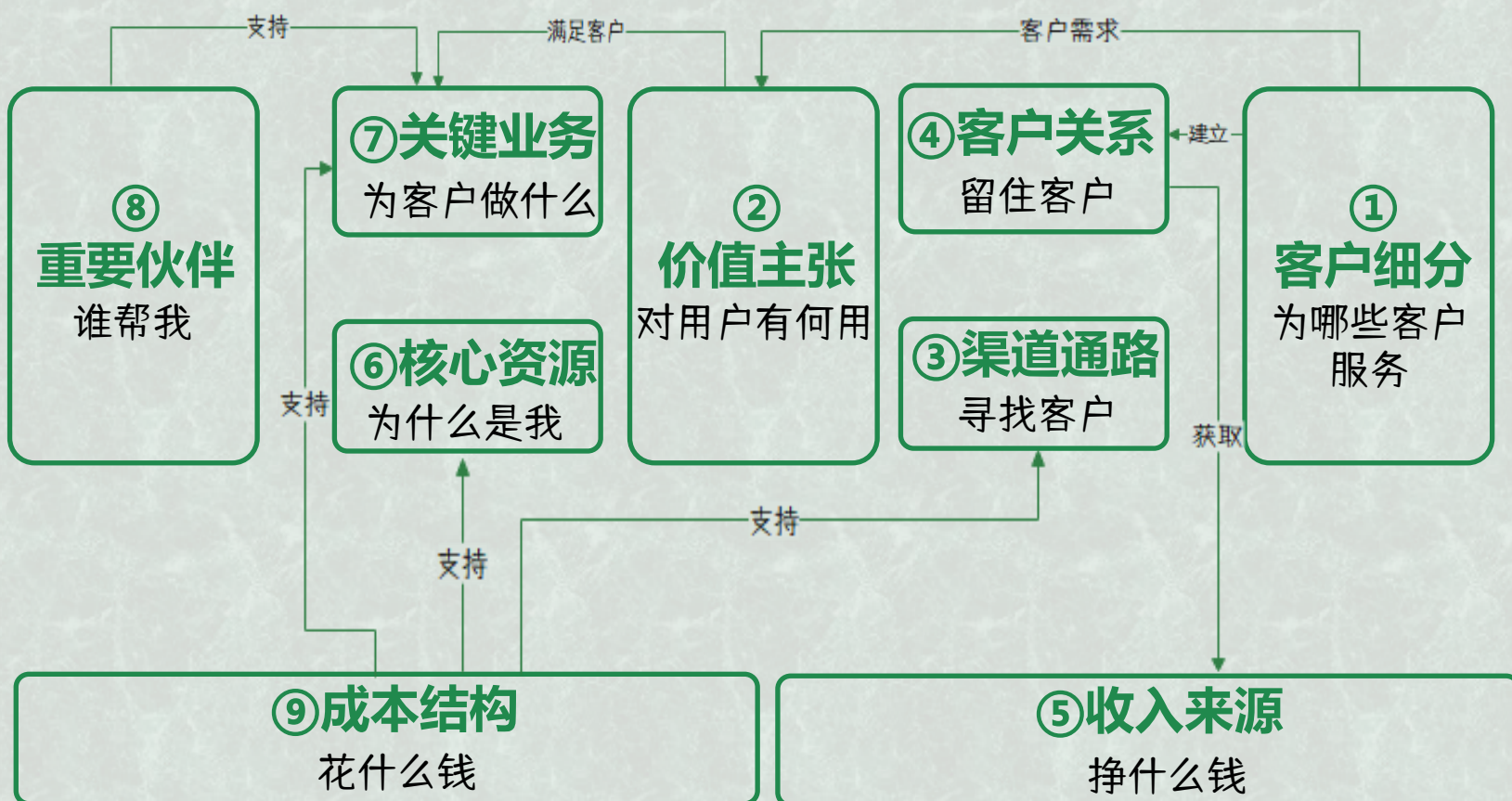
来源 | 左仁淑主编《创业管理：慕课与翻转课题》
应用 | 战略规划、商业模式
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块



商业模式画布模型

商业模式就是利益相关者的交易结构

(又称九要素模型)



<<< 商业模式画布侧重于公司层面的商业模式

来源 | 亚历山大·奥斯特瓦德 伊夫·皮尼厄《商业模式新生代》

应用 | 战略规划、商业模式

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块



精益画布模型

商业模式就是利益相关者的交易结构

①问题 用户当下最需要解决的三个问题 ↓ 用户有哪些痛点	④解决方案 产品最重要的三个功能 ⑥关键指标 KPI 应该纳入考核的核心指标	③独特卖点 用一句话简明扼要但引人注目的话阐述为什么你的产品与众不同 【用一句话描述产品】	⑦竞争壁垒 无法被对手轻易复制或者买去的竞争优势 ⑤渠道 如何找到客户，以及推广触达渠道是什么	②用户细分 目标用户及客户群体 ↓ 这些目标用户有哪些关键特征
⑨成本分析 市场费用、销售费用、硬件成本、人力成本等	⑤重要伙伴 定价及盈利模式、收入、毛利：用户长期价值			

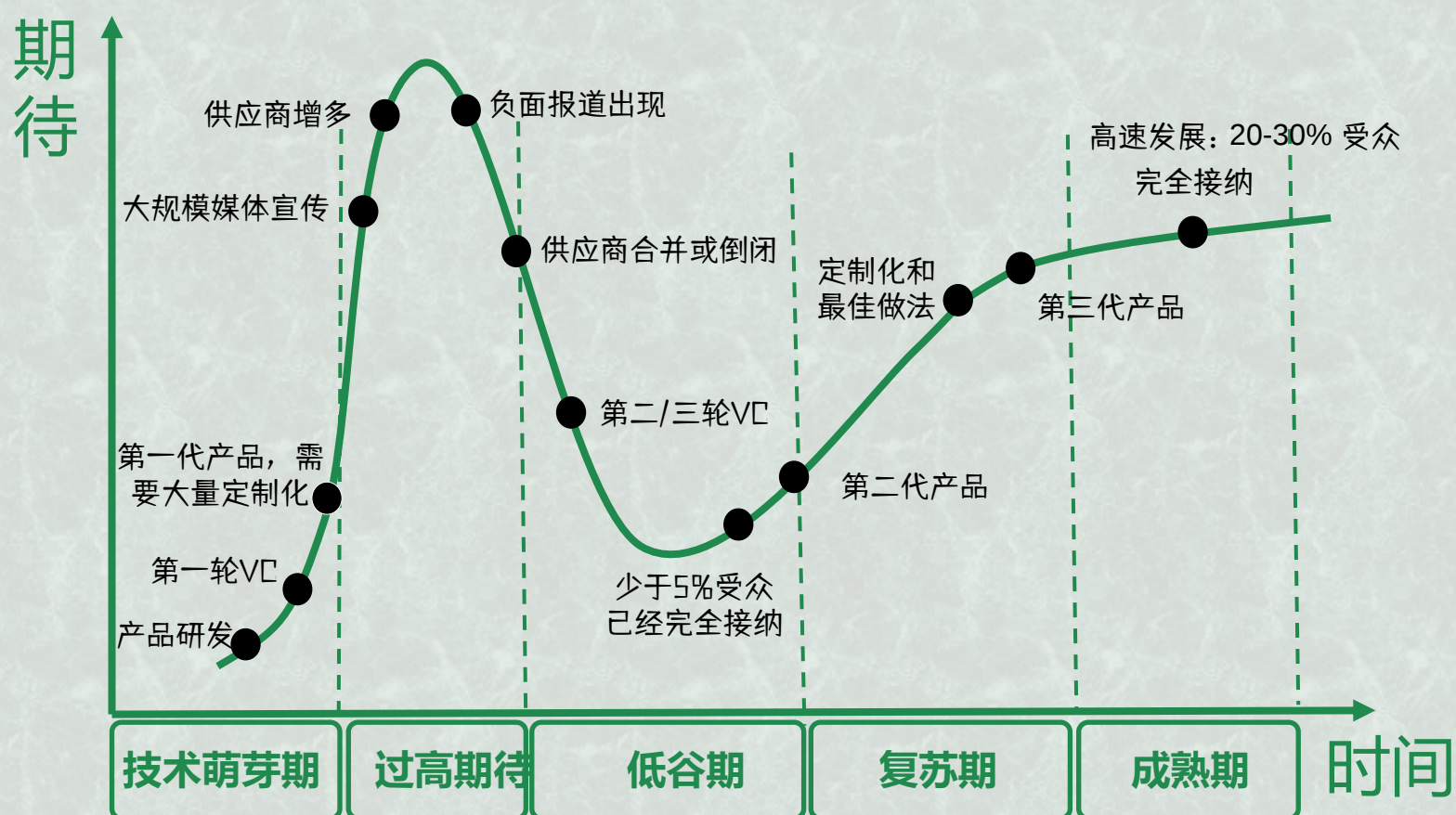
<<< 商业模式画布侧重于产品层面的商业模式

来源 | 亚历山大·奥斯特瓦德 伊夫·皮尼厄 《商业模式新生代》
应用 | 战略规划、商业模式、产品运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块



技术成熟度曲线

技术从出生到成熟会经历波峰波谷



<<< 新技术的发展往往呈现一条“N”形曲线，经历一个由于过度期望造成的小高峰，之后进入泡沫破裂的低谷，再稳步上升，最终成为新常态。

来源 | 东京理工大学教授狩野纪昭发明

应用 | 投资、商业、公司经营等

制图 | 心阳读书成长

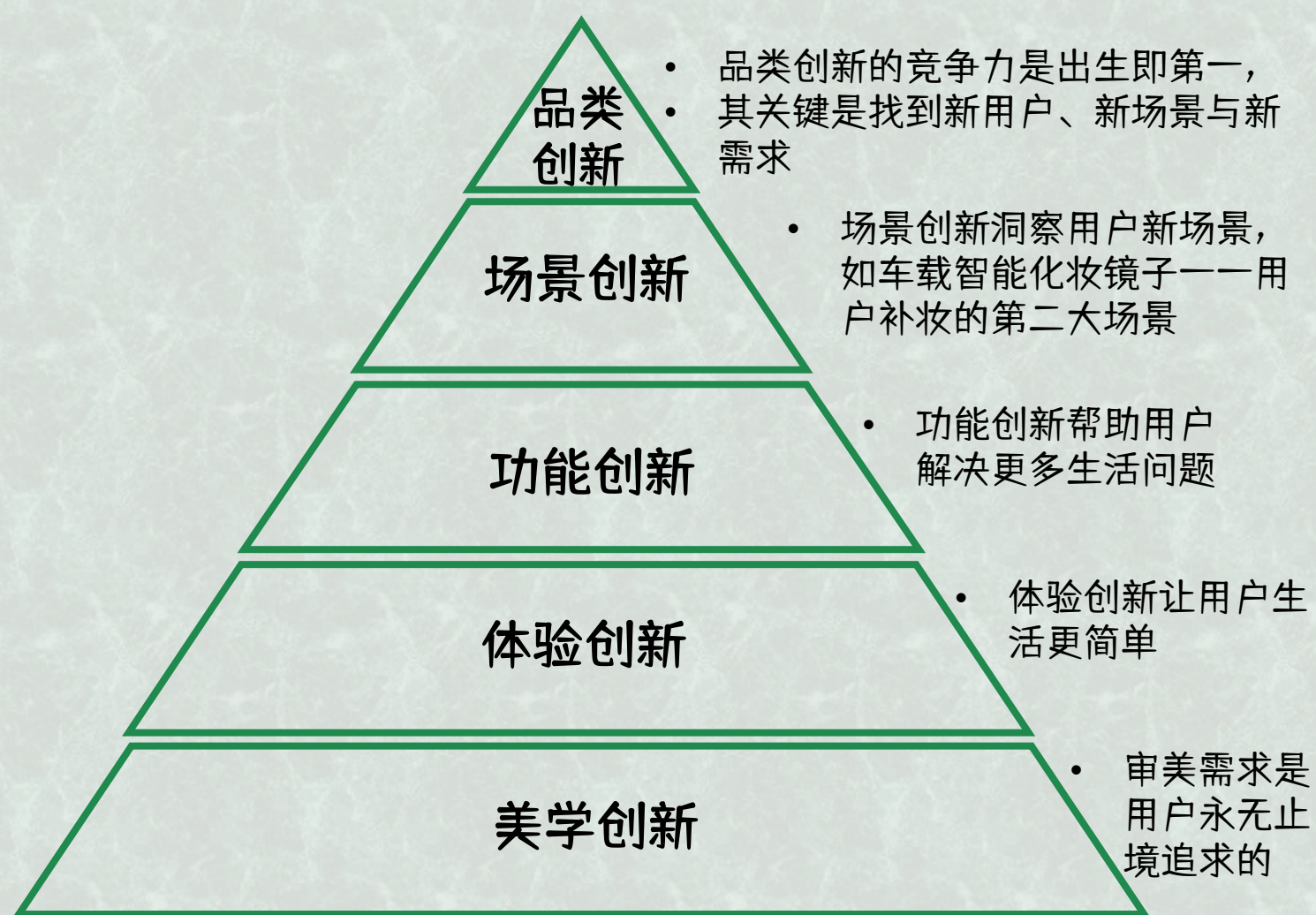
模块 | 创新模块





产品创新金字塔

产品创新不是只有颠覆式创新



<<< 五种创新思维实现产品竞争力

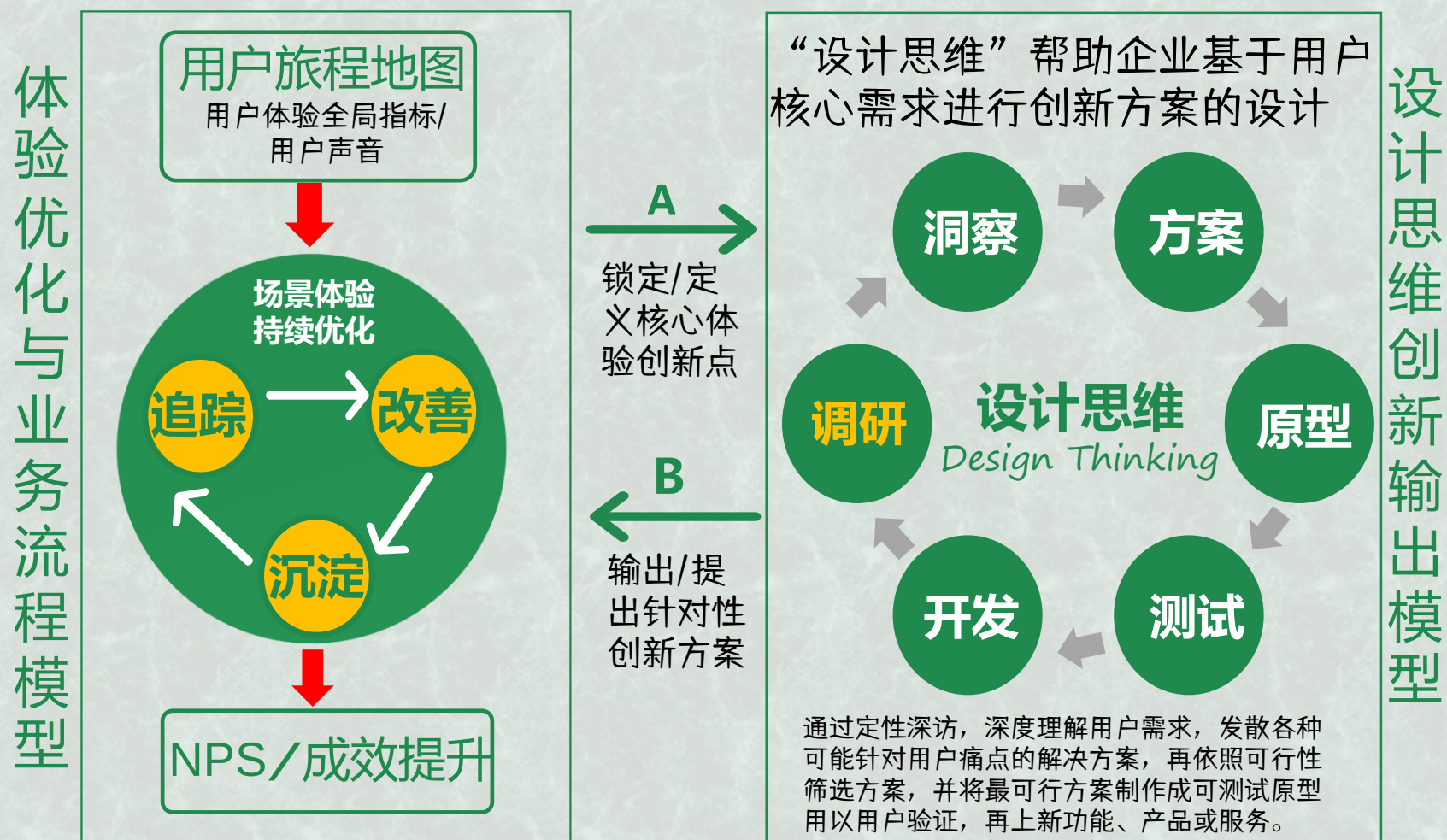
参考 | 亚德里安·斯莱沃斯基 大卫·莫里森 鲍勃·安德尔曼 《发现利润区》
应用 | 产品运营、了解客户需求等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块





体验优化与业务流程

体验优化——体验优化嵌入到业务流程



<<< 体验优化嵌套入业务流程是成功的关键

推荐 | 腾讯公司《在你身边为你设计Ⅲ:腾讯服务设计思维与实战》
应用 | 体验设计、品牌设计等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块

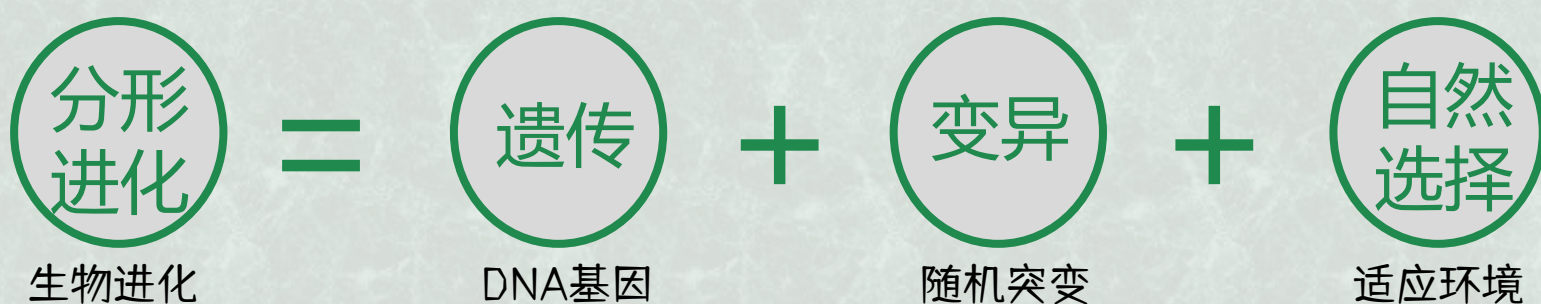




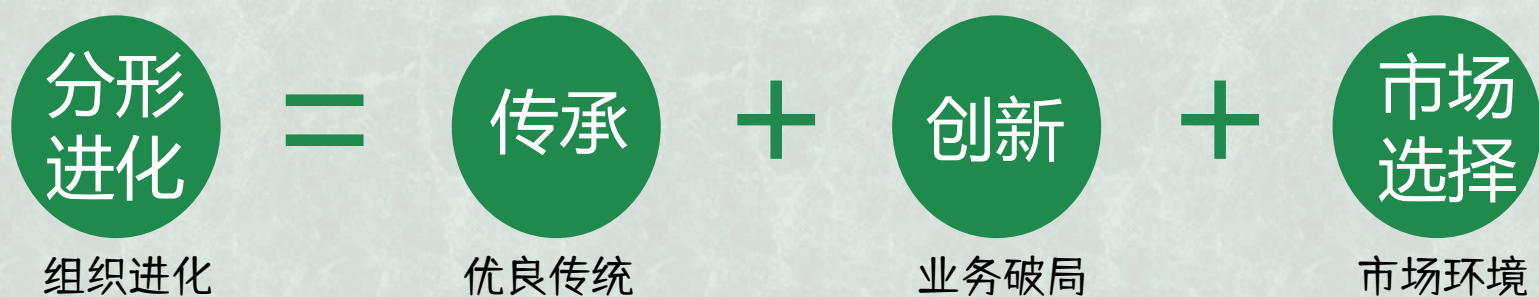
分形理论

分形的本质是进化

生物学上的“分形进化”



现代企业的“分形进化”



<<< 分形理论即整体与局部形态的相似性

来源 | 分形概念由美籍数学家曼德布罗特于1967年首先提出

应用 | 战略规划、企业创新等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块





企业分形创新

企业“分形创新”5要素驱动企业增长

01

STEP

梳理业务能力

是否处于第一曲线高速期，盘点业务，规划子业务



02

STEP

甄别并把握外界时机

持续关注竞争、市场、行业与政策，判断时机



03

STEP

匹配用户新需求

关注用户需求演变，尤其是“变异”的新需求



04

STEP

MVP快速迭代

用最简单的解决方案测试种子用户，快速迭代



05

STEP

单点破局，轻装上阵

把单一要素当做分形创新“核心”，先聚焦再开拓



来源 | 分形概念由美籍数学家曼德布罗特于1967年首先提出
应用 | 战略规划、企业创新等
模式 | 创新模块成长





需求三角

一切交易都是始于需求

缺乏感

理想与现实之差（消费者需求的起源）

唤醒消费者潜藏的缺乏感，给他一个改变自己的理由——好的营销必须要与用户的缺乏感建立关联

动机=缺乏感+目标物

目标物

填补落差的方案

避免3大陷阱：

- 目标物过小，缺乏感很大
- 目标物过大，缺乏感很小
- 目标物与缺乏感连接不当

能力

采取行动成本

消费成本6种：

- 金钱成本
- 形象成本
- 行为成本
- 学习成本
- 健康成本
- 决策成本

<<< 需求三角形是最简单最底层的消费需求逻辑

来源 | 混沌大学李叫兽（李靖）提出

应用 | 产品营销、需求分析等

制图 | 心阳读书成长

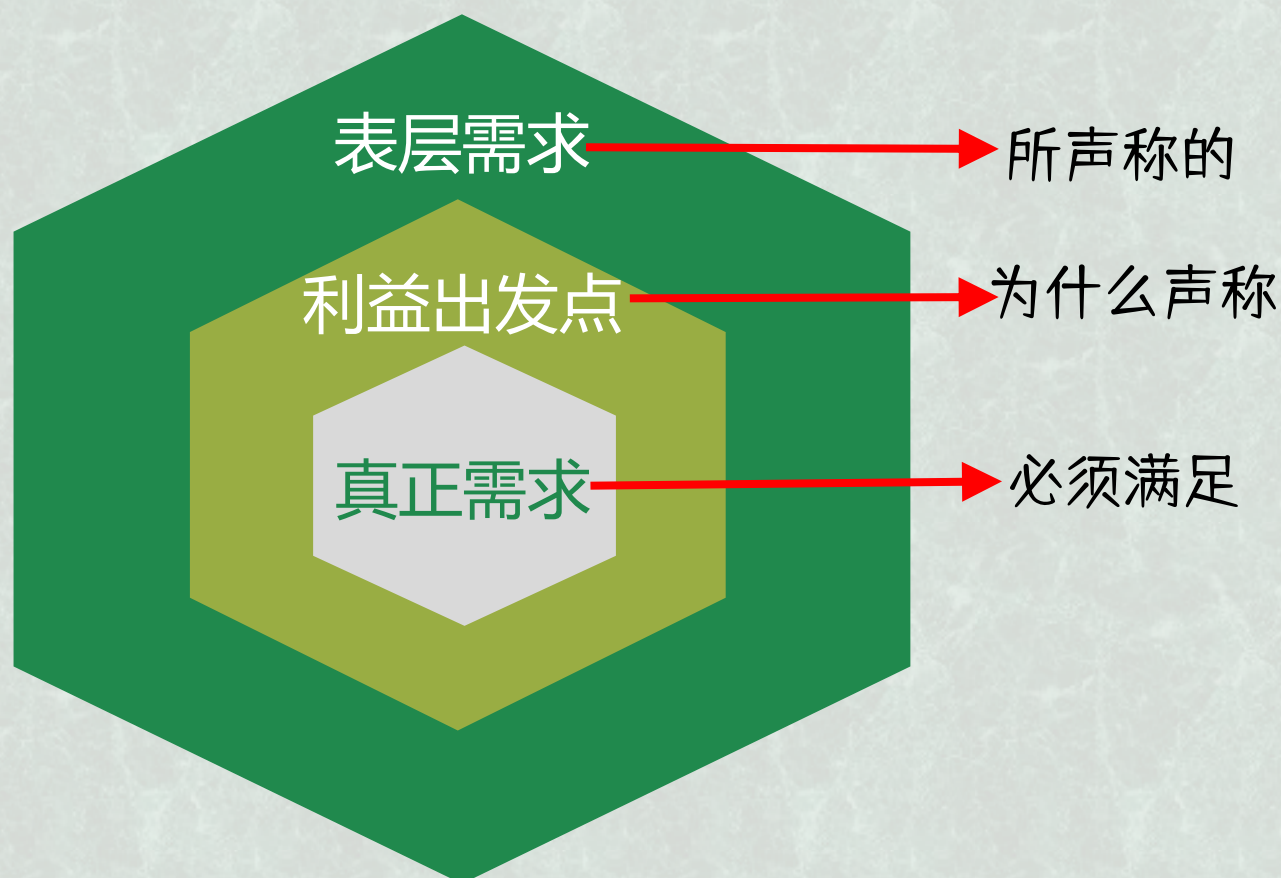
模块 | 组织模块





冲突层模型

发现客户的真实需求



<<< 任何表象的立场对立，细细分析之后可能会发现，内在的需求可能是一致的，只有找到内在需求，才能达成双赢

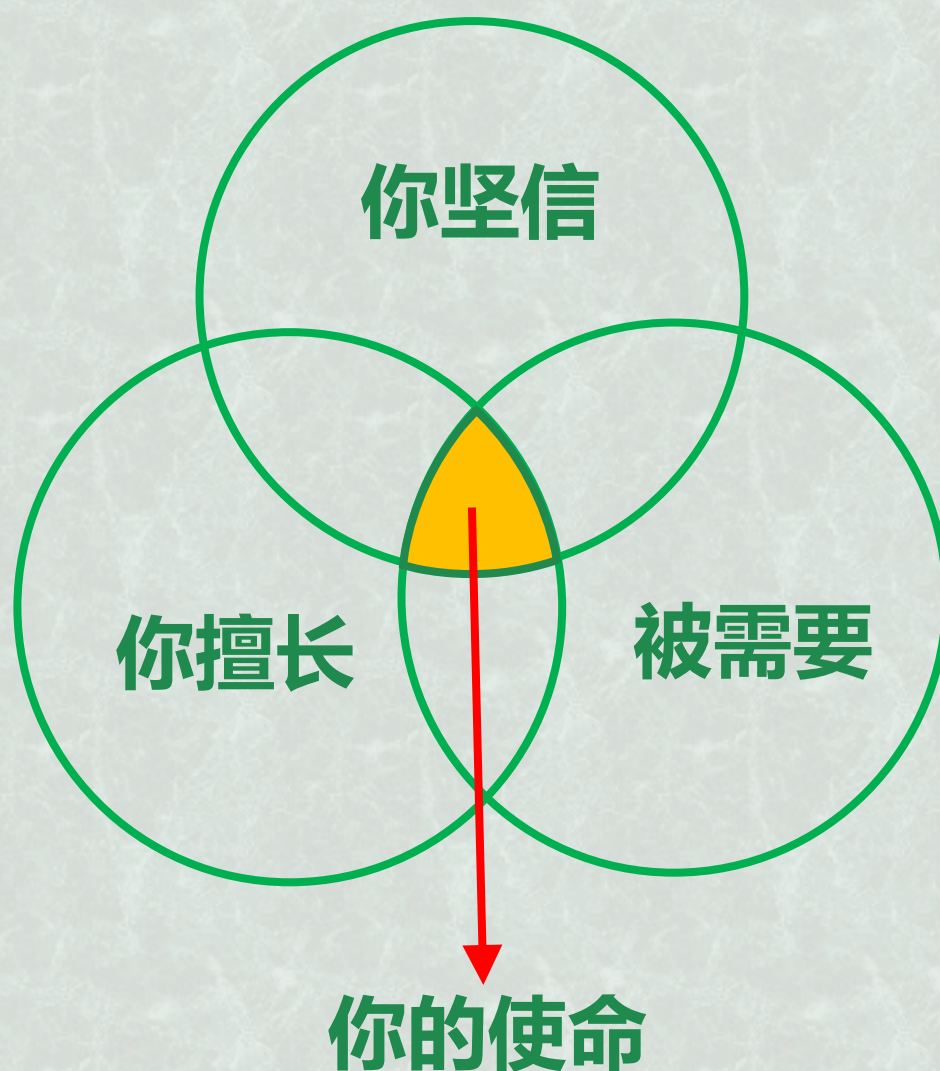
来源 | 网络
应用 | 客户运营、项目管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块





Ashridge使命模型

使命感产生于员工个人价值与组织价值中



来源 | 由Ashridge战略管理研究中心负责人 Andrew Campbell提出

应用 | 使命宣言创作、组织、公司管理等

制图 | 心阳读书成长

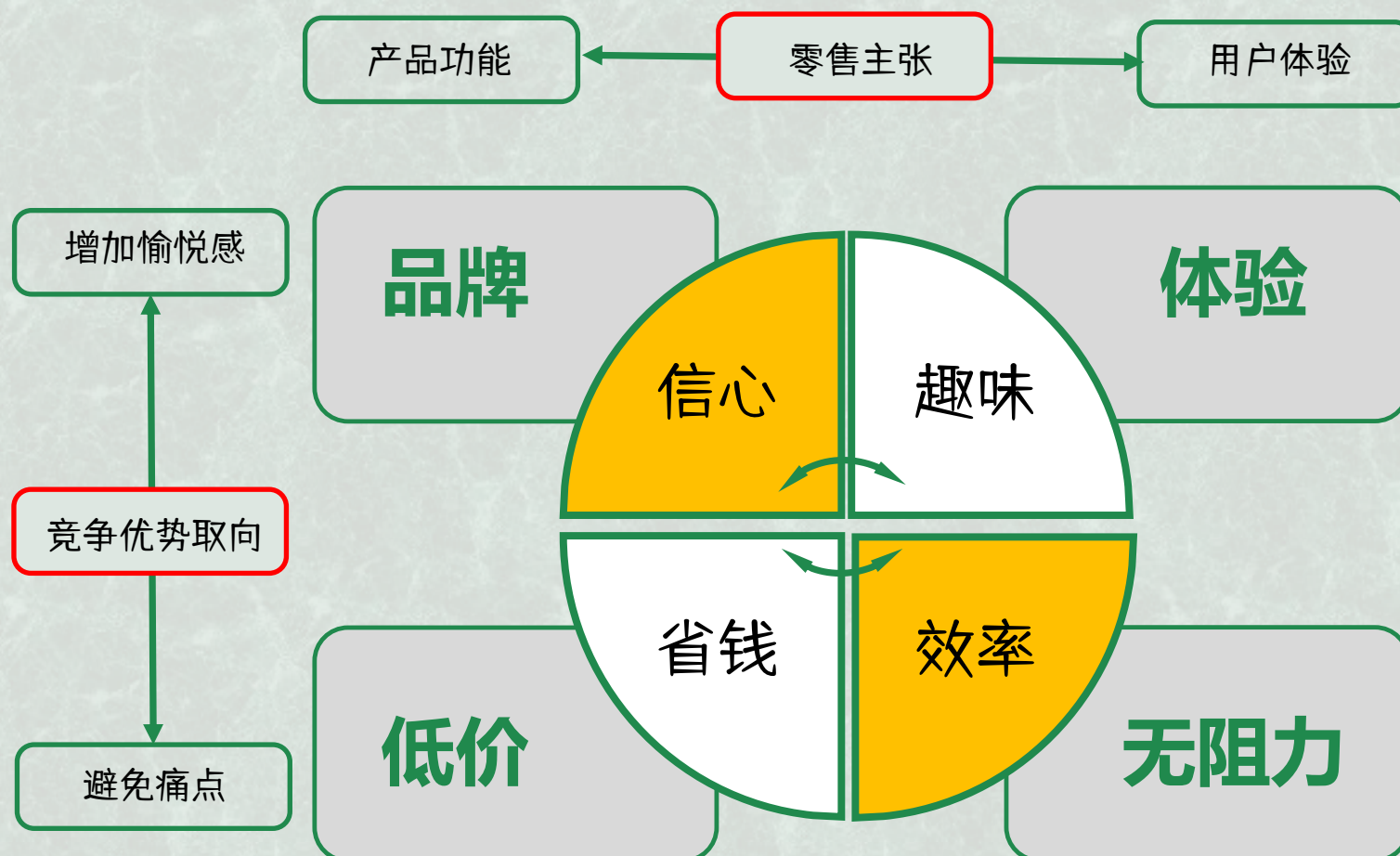
模块 | 创新模块





零售成功战略模型

两个维度：零售主张与竞争优势取向



<<< 零售品牌不可能在每一个象限都做到最好

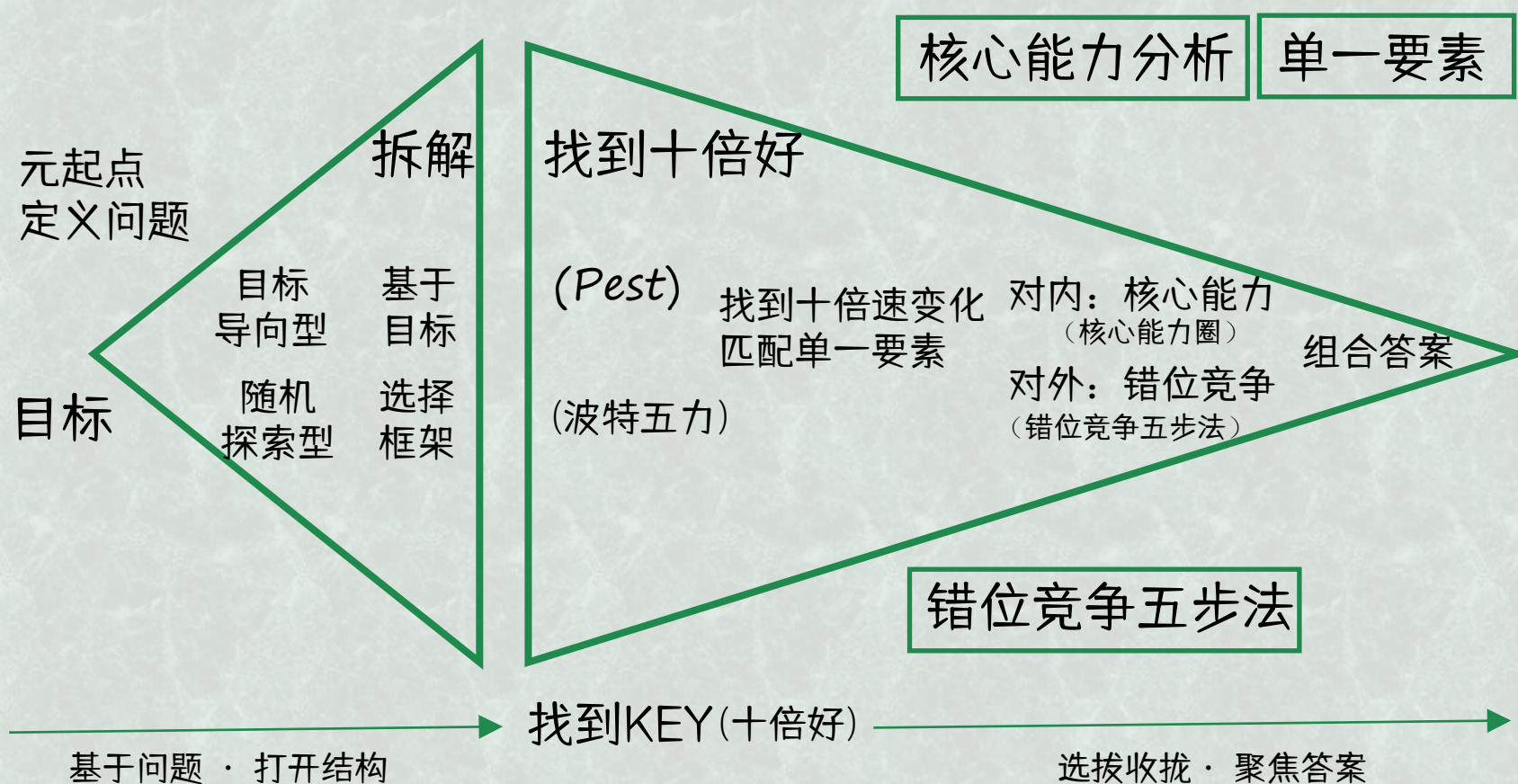
来源 | 美国宾夕法尼亚大学华顿商学院营销教授卡恩《零售的逻辑》
应用 | 新零售、用户需求等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块





组合创新进阶模型

组合创新的应用步骤：问题—目标—拆解



<<< 生产出一种新产品、采用一种新的生产方法、开辟一个新的市场、获得一种新原料或半成品的新的供应来源、实现一种新的企业组织形式。

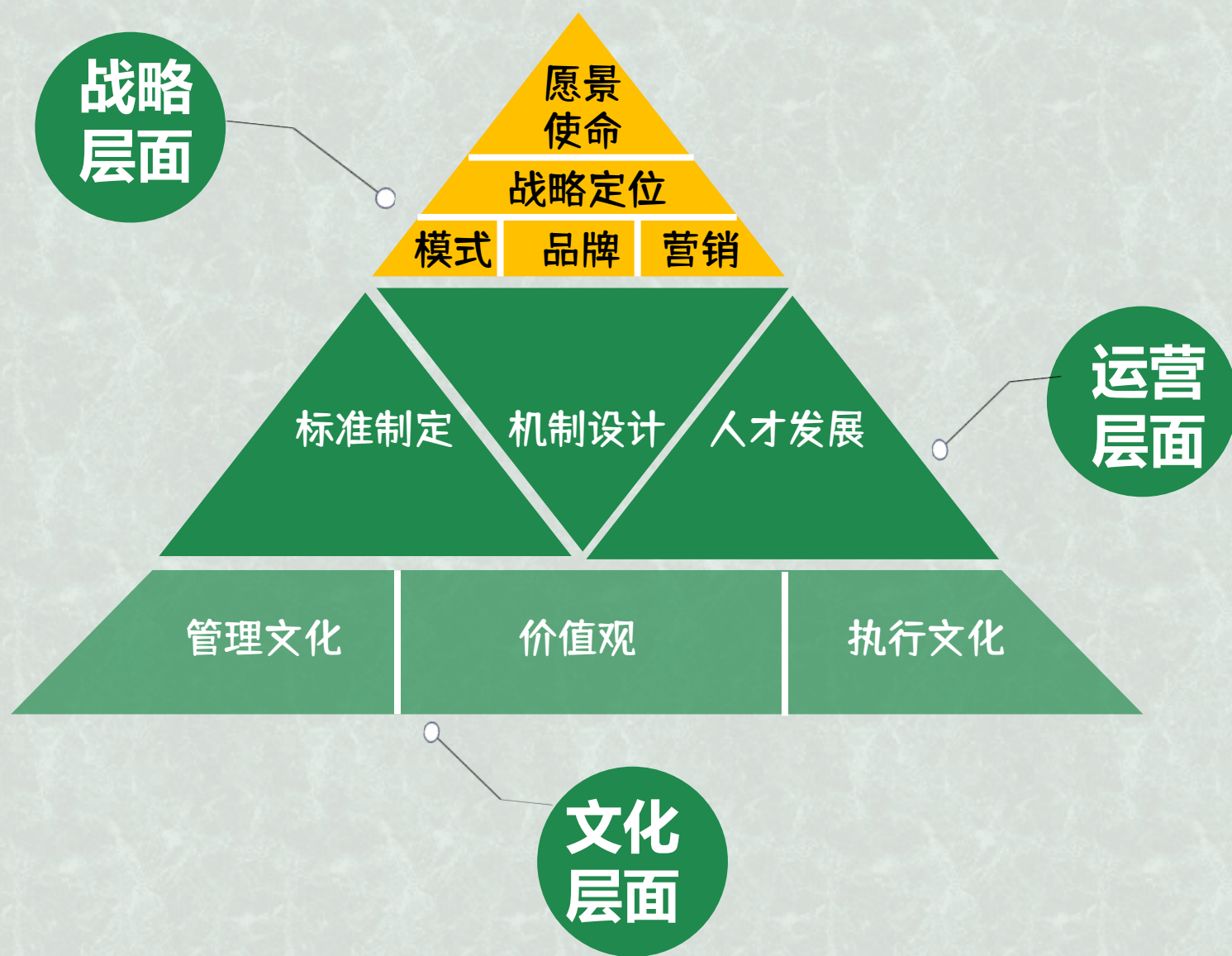
来源 | 组合式创新来源于“创新理论之父”约瑟夫·熊彼特的创新理论
应用 | 战略规划、产品运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块





企业经营管理模型

运营管理是战略执行的主体

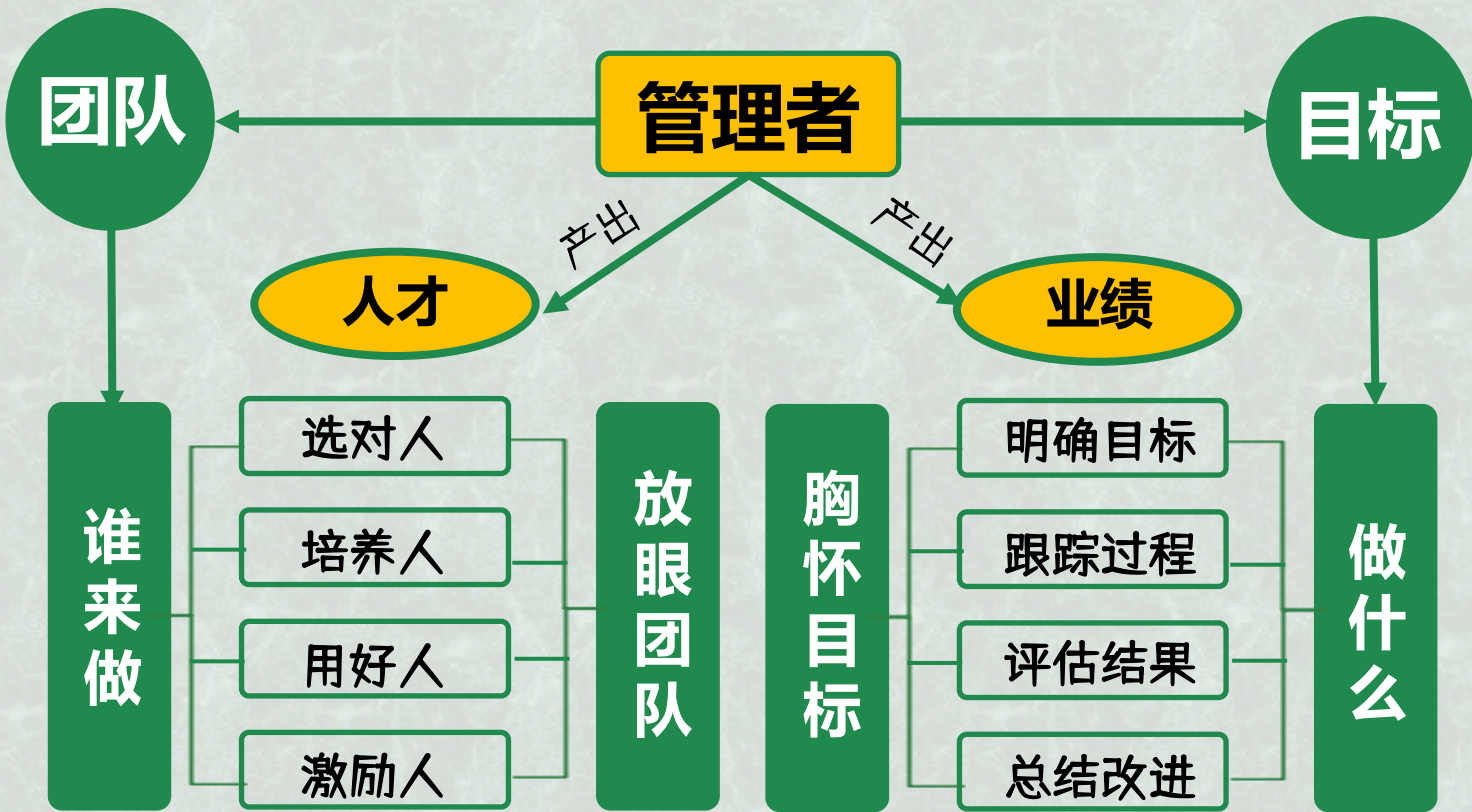


来源 | 网络
应用 | 企业经营、管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块



管理者角色/职责模型

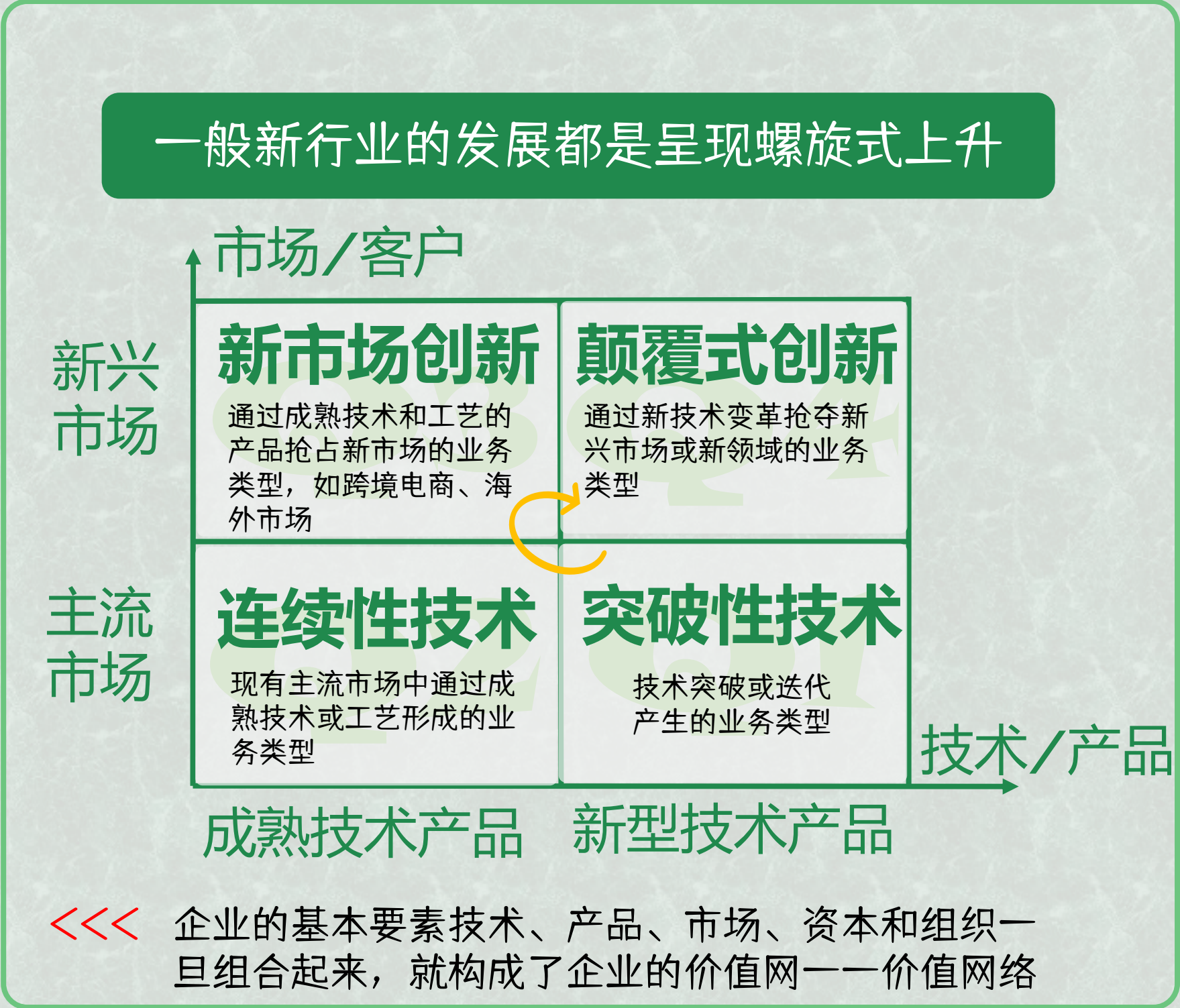
管理者核心职责：管理者要带领团队达成目标



<<< 管理者要胸怀目标，放眼团队

来源 | 刘澜《极简管理学：成就管理者的四大心智模式》
应用 | 企业管理、组织发展等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块

价值网矩阵图



来源 | 2016年出自《管理科学技术名词》第一版

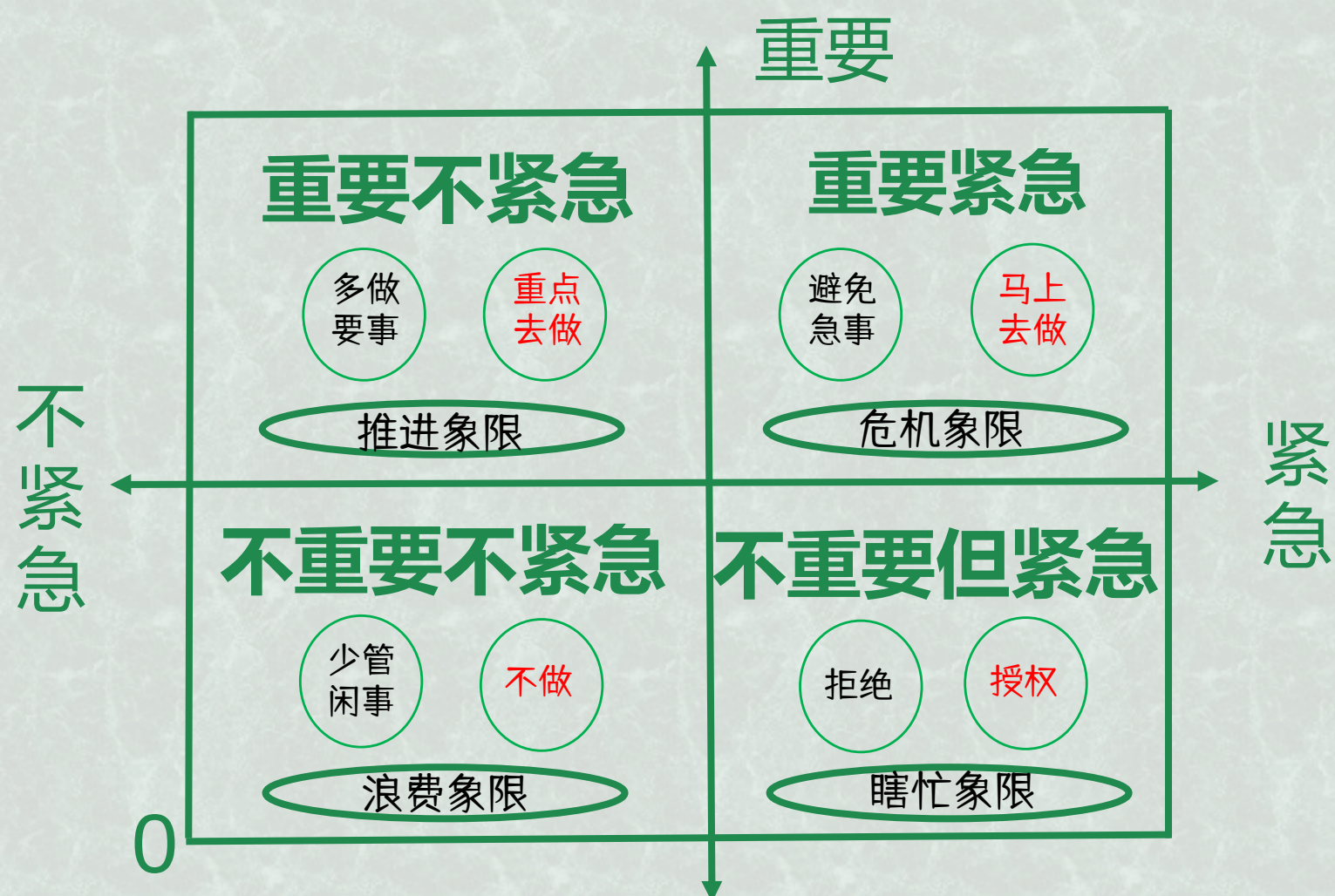
应用 | 企业组织、企业发展等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块

时间管理优先矩阵

掌握时间，要抓关键事项，分清轻重缓急

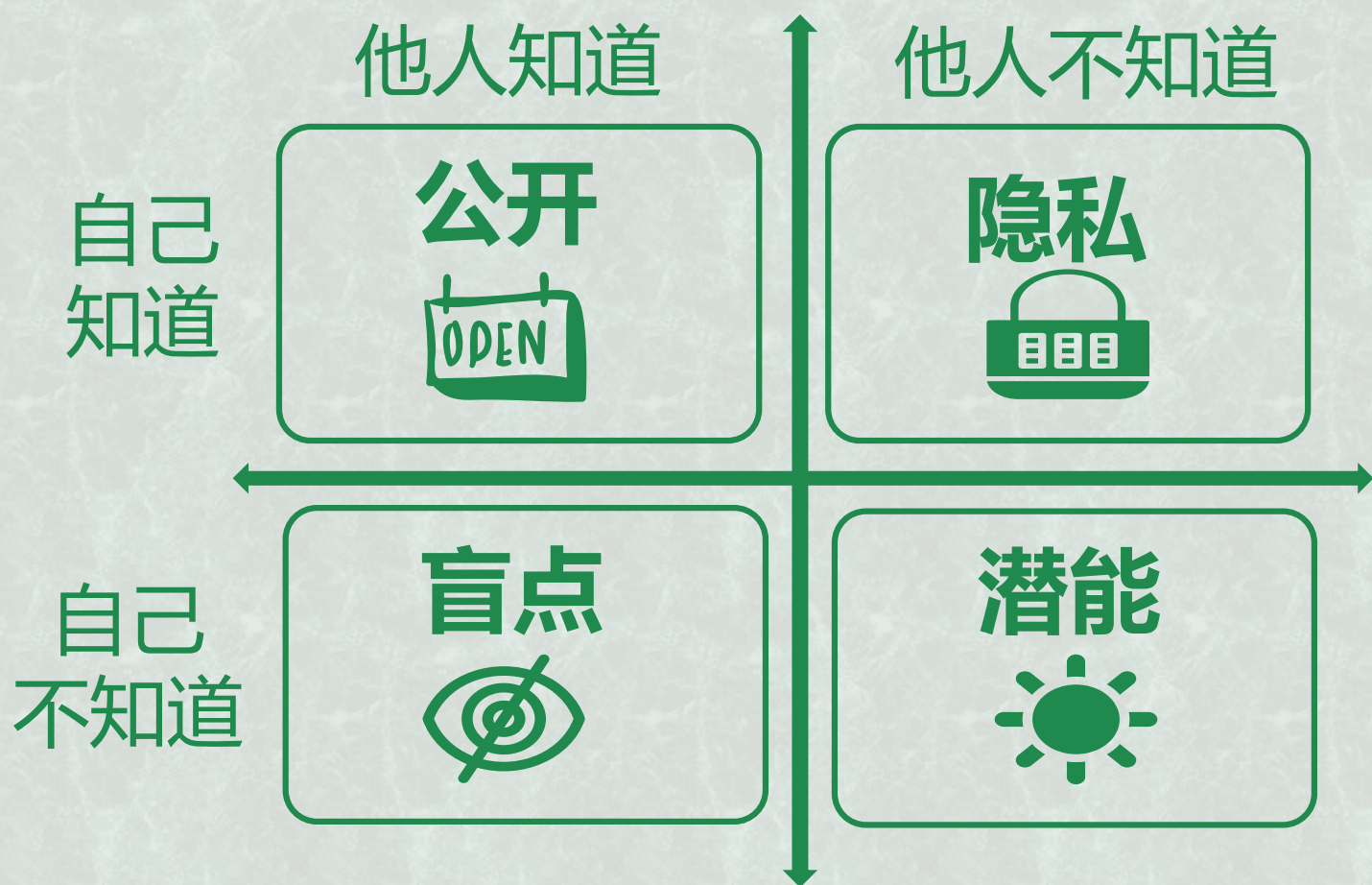


<<< 关键就是要基于“重要性”为导向来进行时间与任务的管理

来源 | 史蒂芬·柯维《高效能人士的7个习惯》
应用 | 企业组织、管理、发展等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块

组织心智

一个企业也有自己的心智，就是组织心智



<<< 心智模式是指深植我们心智关于我们自己、别人、组织及周围世界每个层面的假设、形象和故事，并深受习惯思维、思维定时和已有知识的局限

参考 | 李善友教授《第二曲线》
应用 | 企业管理、团队运营等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块

组织罗盘

让变革持续发生，给企业带来无限能量

● **方向盘**作用
企业文化

CEO是第一责任人
把价值观渗透到员工心中
锻造使命驱动的员工

组织设计

坚决推动企业转向流程型、平台型组织；
CEO必须减少管控、加强授权
运行系统灵活高效，同时具有较强的创新能力

● **加油站**作用
招聘保留

招聘到高度匹配的人
外聘到优秀人才
更关注人才价值观

组织设计

清晰的人才画像
九宫格人才地图、继任者人才地图
“店面结合”的人才培养方案

● **红绿灯**作用

绩效管理

绘制企业战略地图
为员工提供成长平台
KPI+OKR，结果与过程并重
绩效结果与奖金、晋升、福利等全方位挂钩

投产薪酬

先算大帐，企业营收、利润目标等
后算小帐，薪酬结构、中短期奖金方案等
实现345薪酬激励机制，形成正向循环

● **实施组织罗盘的方法**

涌现性变革、欣赏式探寻
让变革持续发生，给企业带来无限能量



来源 | 王秀梅《组织罗盘》
应用 | 战略规划、企业管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块

RPV框架

流程可以提高效率，规则固化制约灵活性

(又称组织能力框架)



- 资源和人才，包括：人员、设备、技术、产品设计、品牌、现金以及供应商、分销商、客户关系等。
- 拥有的越多，越不容易创新和放弃
- 流程和KPI,为了保障出好产品的流程。为了企业共同的目标的KPI，依据人类误判心理学也会成为创新的禁锢
- 每个组织默认的决策标准、领导权威型、价值观正确型、财务标准引导型

<<< 越成熟、规模越大的企业，流程和标准越完善，会有一种无形的力量支持企业向既定的连续性的方向推进。对创新、差异化、不一致的事物反是一种禁锢

来源 | 克里斯坦森《创新者的解答》
应用 | 组织、企业管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块



组织能力三角框架

塑造员工思维模式，助公司建立组织能力

(又称组织能力框架)



<<< 使用杨三角模型，帮助公司建立组织能力，实现打造一个价值观优秀、能力优秀，能为公司持续创造可能性的团队。

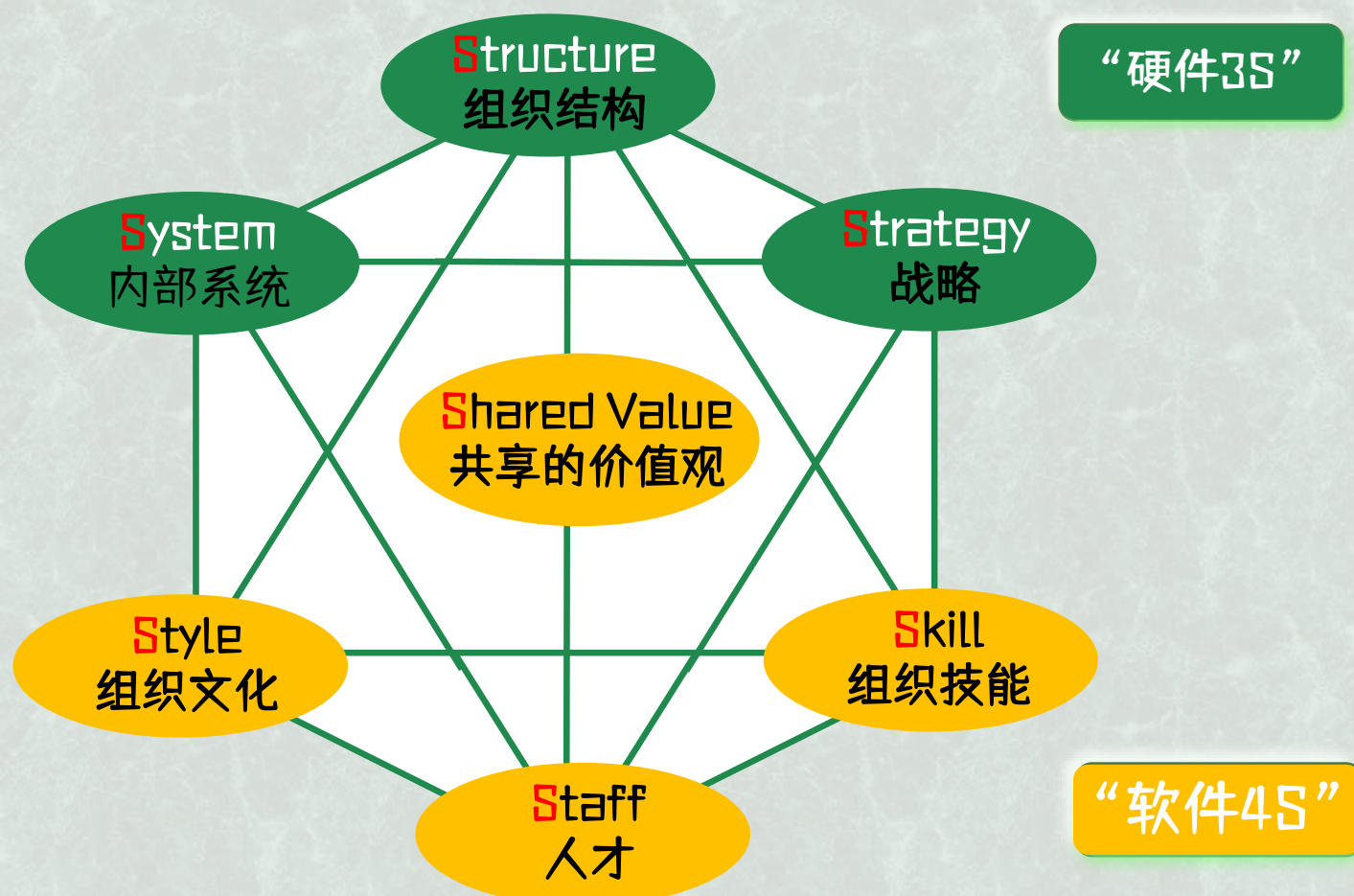
来源 | 杨国安《组织能力的“杨三角”：企业持续成功的秘诀》
应用 | 组织、企业管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块





麦肯锡7S模型

共同价值观是企业DNA，也是最难改变的



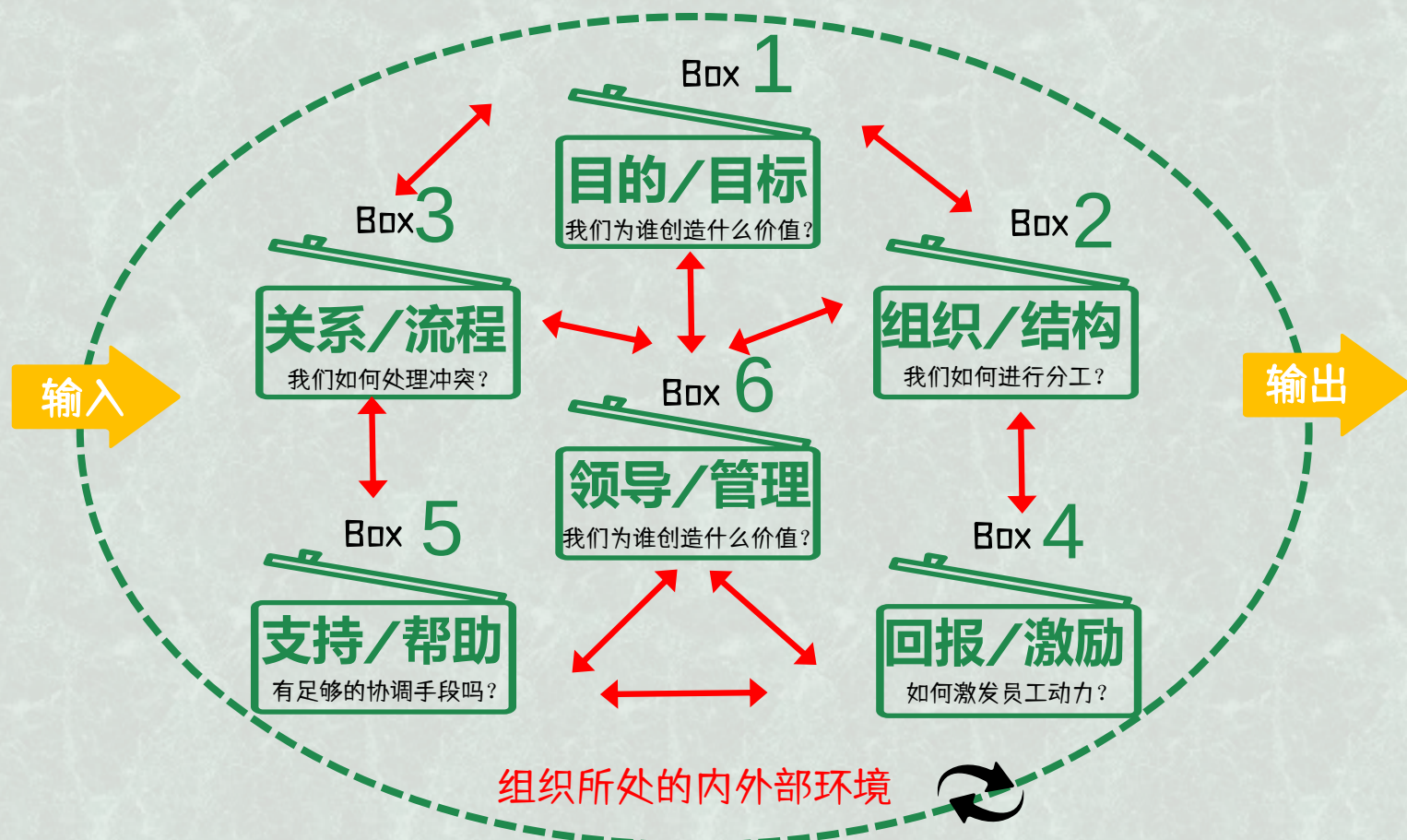
<<< 7S分析是指企业的经营资源由“硬件3S”和“软件4S”七个要素组成，通过对这7个要素之间的相互关系进行分析，使组织顺利运转起来的管理工具

来源 | 麦肯锡顾问公司研究中心设计的企业组织七要素
应用 | 组织诊断、标杆分析、组织复盘等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 创新模块



韦斯伯德六盒模型

不管业务和组织架构怎么变，六个盒子跑一遍



<<< “六个盒子”是一个组织整体性的框架，具备可复制可延续的特性；同时让你从不同的视角切入，看清楚问题的本质所在；并提供一系列的诊断表，让效果可衡量

来源 | 1976年宾夕法尼亚大学组织动力学教授韦斯伯德提出

应用 | 组织诊断、管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 创新模块



组织设计的五星模型

全面系统思考，设计适合公司实际的组织体系



来源 | 加尔·布雷斯的1960年代提出的

应用 | 企业管理、经营等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块



AISAS模型

一种新的消费者行为分析模式



<<< AISAS模型是将消费者从认知商品到购买的心理过程提炼为一种购买行为模型

来源 | 2005年日本电通集团

应用 | 消费者行为、营销效果分析、流量获取等

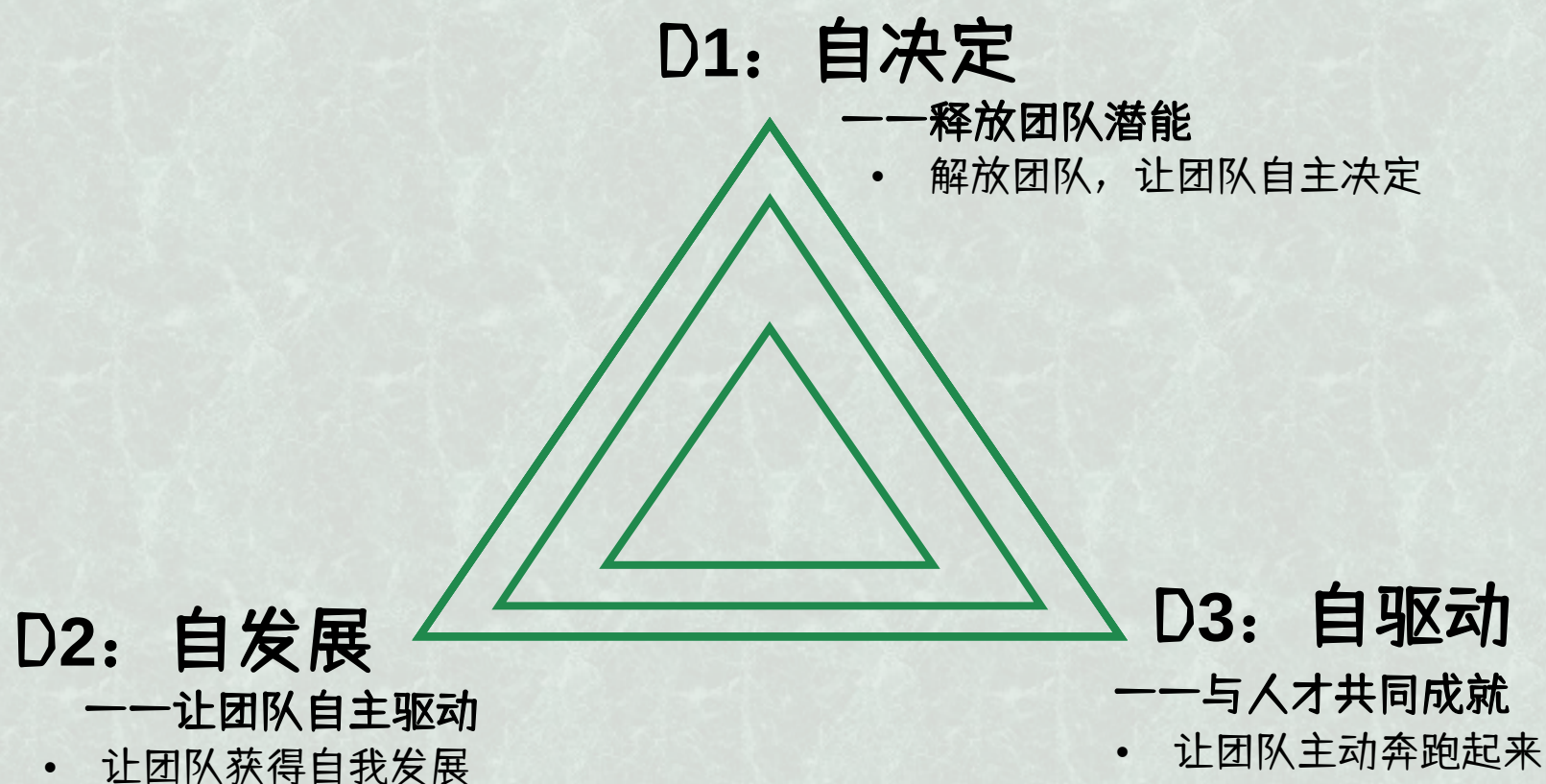
制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块



3D赋能模型

企业未来的核心不是管理，而是赋能



<<< 释放团队潜能。人才共同成就和让团队自主驱动，正好构建三维赋能模型车，或叫3D赋能模型

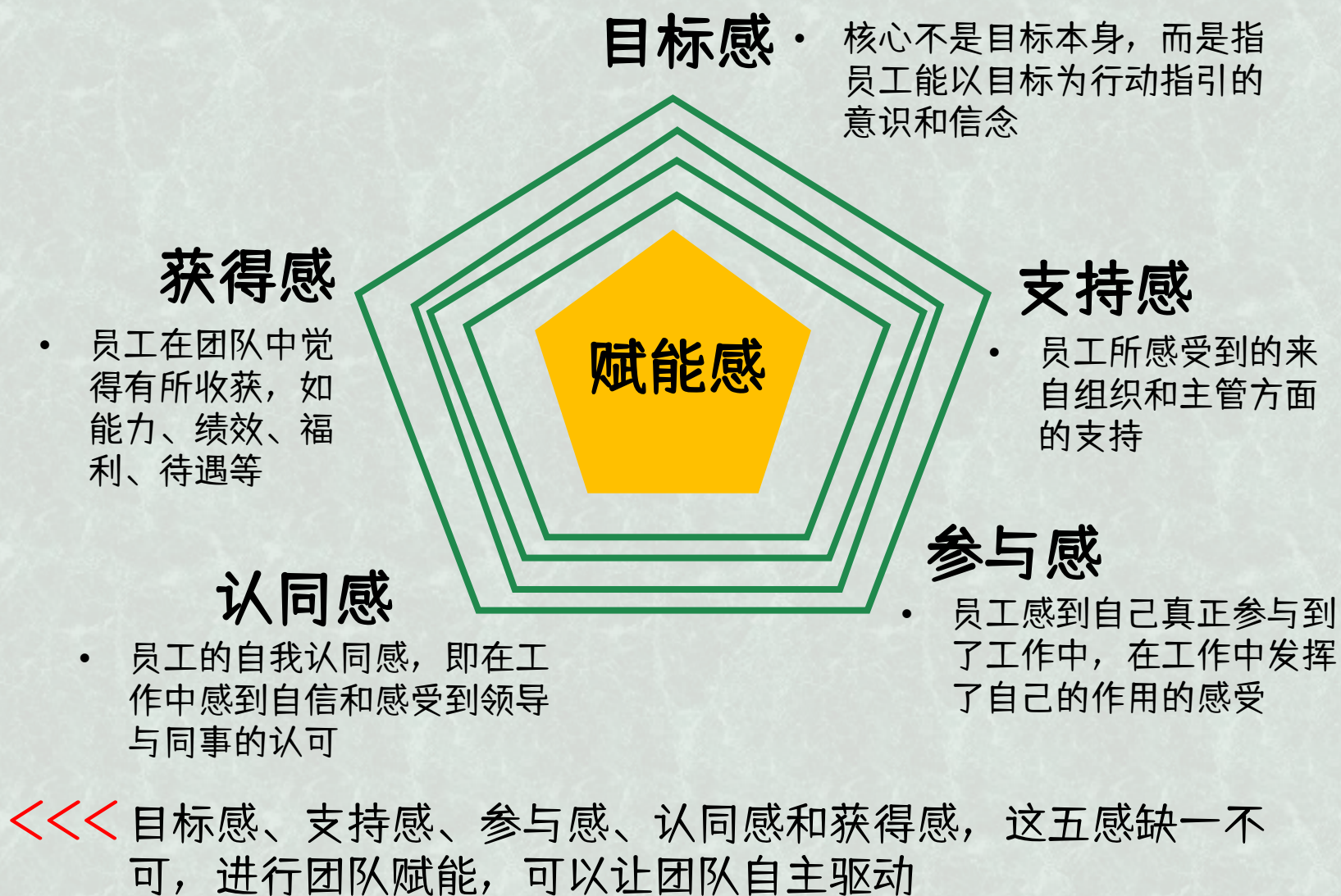
来源 | 蒋小华《赋能工作法》
应用 | 组织管理、团队建设等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块





高效赋能感模型

赋能的核心工作就是创造赋能感



来源 | 蒋小华《赋能工作法》
应用 | 组织管理、团队建设等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块



OODA模型

“调整”步骤在整个OODA循环中最为关键

(又称包以德循环)



<<< **OODA**循环真正的秘诀在于“快”，撇开一切，瞬息进入，快速观察、快速定位、快速决策，立即行为。在行动中，进入下一个循环

来源 | 美国陆军上校约翰·包以德发明

应用 | 组织管理、团队建设等

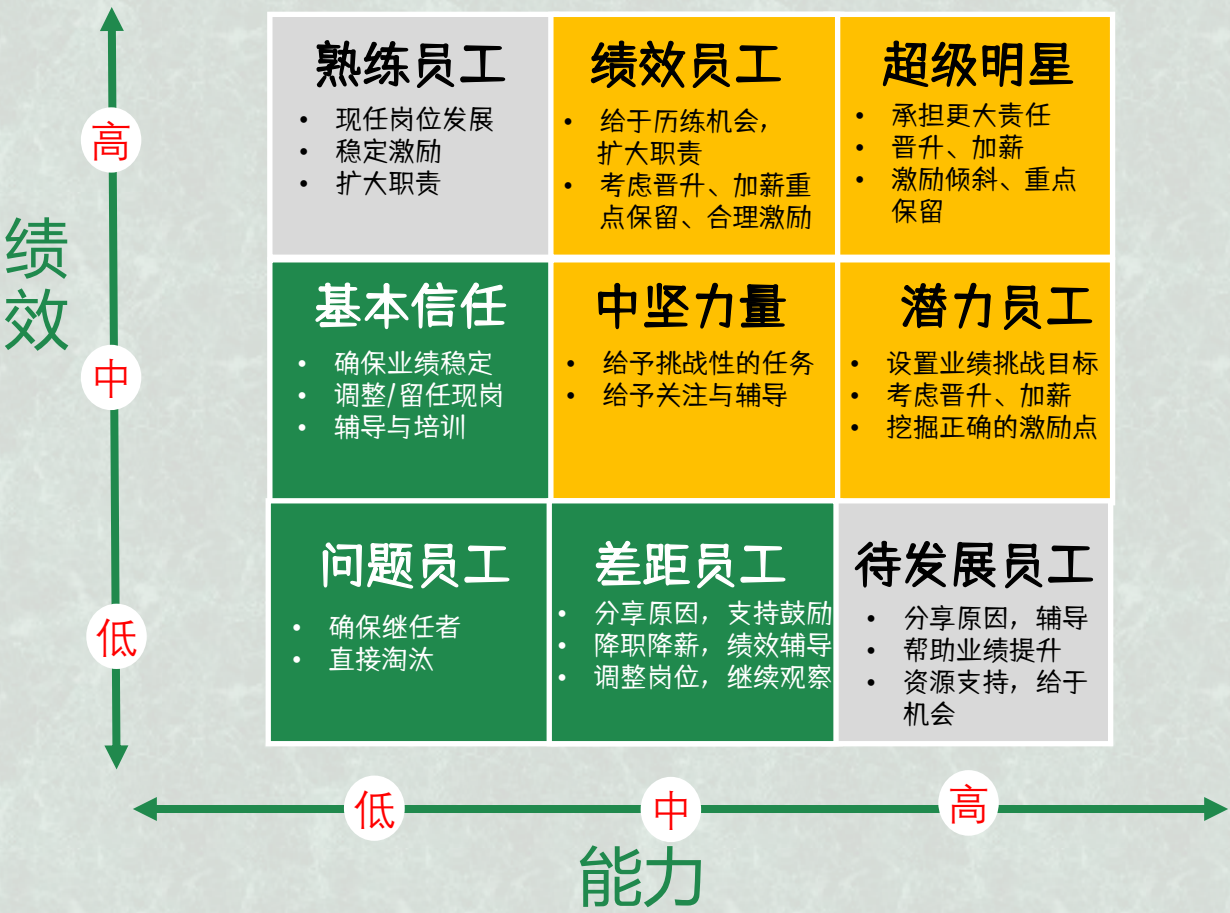
制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块

绩效能力九宫格

一个能创造高绩效的人是适合该岗位的人才

(又称人才盘点的九宫格模型)



<<< 中坚力量、绩效员工、潜力员工和超级明星都是很好的赋能对象，也就是说，绩效和能力平衡是赋权的进阶标准

来源 | 美国通用电气公司（GE）于70年代开发的新投资组合分析方法
应用 | 组织评估、绩效管理等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块



GROW模型

围绕设定目标和寻找解决方案的有效工具

目标设定

Goal

管理者通过一系列启发式的问题帮下属找到自己真正期望的目标

现状分析

Reality

围绕目标搜索相关事实，有困难、有资源，这个过程需要管理者帮下属拓展思路，找到超出自己目前所能看到的内容与维度，发现更多的可能性

方案选择

Option

帮下属看到了更多的可能性，能够开启思路探索到更多的方案选择，从而找到最佳的方案

行动意愿

Will

在实际的辅导过程中，管理者将采取更多方法激发下属充满热情地去行动，并予以支持和检查，再次进行阶段性的辅导，直到达到最终目标

<<< 成功使用GROW模型的关键是首先要花费足够的时间来探索目标

来源 | 约翰·惠特默《高绩效教练》

应用 | 企业管理、转换行业/职业、会谈等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块





上瘾模型

设计一套让用户连续循环的行为模型



“触发—行动—多变的酬赏—投入”让用户在不知不觉中对产品上瘾

来源 | 尼尔·埃亚尔、瑞安·胡佛《上瘾》

应用 | 企业管理、用户运营等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块





领导梯队模型

BLM是一套非常完整的战略规划方法论

首席执行官

平衡短期和长期利益，设定公司发展方向，培育软实力，执行到位

集团高管

管理和培养总经理，评估资金和人员配置，评估自己核心能力，评估业务投资组合策略

事业部总经理

评估盈利和长远发展，重视所有部门，管理复杂关系，分析和反思

管理职能部门

长期战略目光、授权、沟通、全局意识

管理经理人员

选用育评下属、跨部门思考及协作

管理他人

管理团队时间，协助团队工作

管理自我

专业化职业化

角色

权衡决策者

间接成功者

善于思考者

沟通协调者

纯粹管理者

团队领导者

个人贡献者

来源 | 哈佛大学提出，被IBM发扬光大，由华为引入并推荐

应用 | 战略规划、人力资源、战略咨询等

制图 | 心阳读书成长

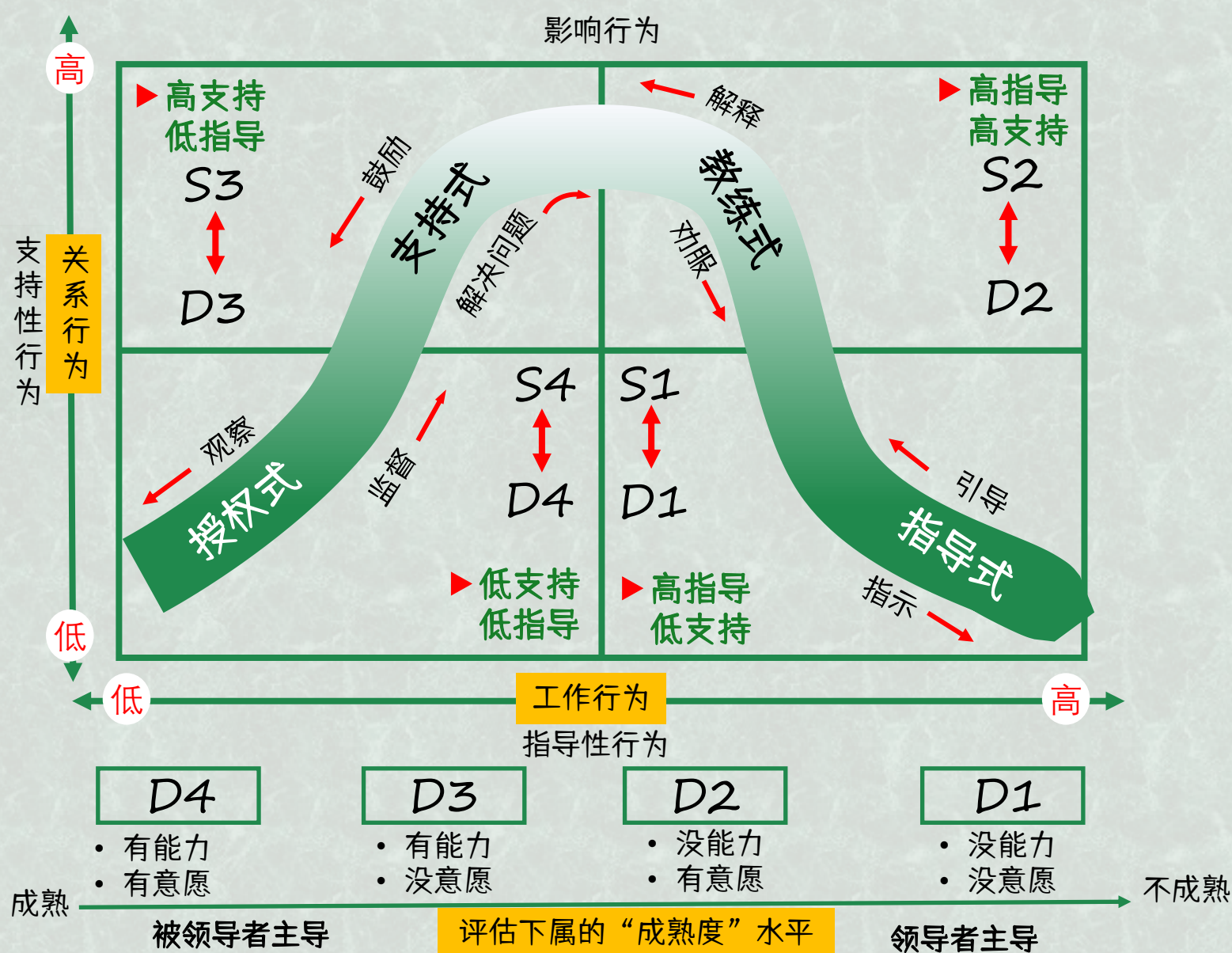
模块 | 战略模块





情景领导力

有效领导风格是适应下属的“成熟度”



来源 | 行为学家保罗·赫塞 (Paul Hersey) 于20世纪60年代创立
应用 | 面对不同阶段的下属, 可根据此模型, 采用不同的领导模式
制图 | 心阳读书成长
模块 | 战略模块



管理4C模型

4个行为有效提升团队执行力

澄清
Clarity

布置任务要清晰

- 高效沟通 | 风险预判 | 达成共识



控制工作要全面

- 事前 | 事中 | 事后

控制胜任
Control



胜任
Competence

辅导员工要到位

岗位要求 | 员工能力 | 差距弥补

承诺
Commitment

承诺工作要真心

意愿热情 | 资源条件 | 风险挑战

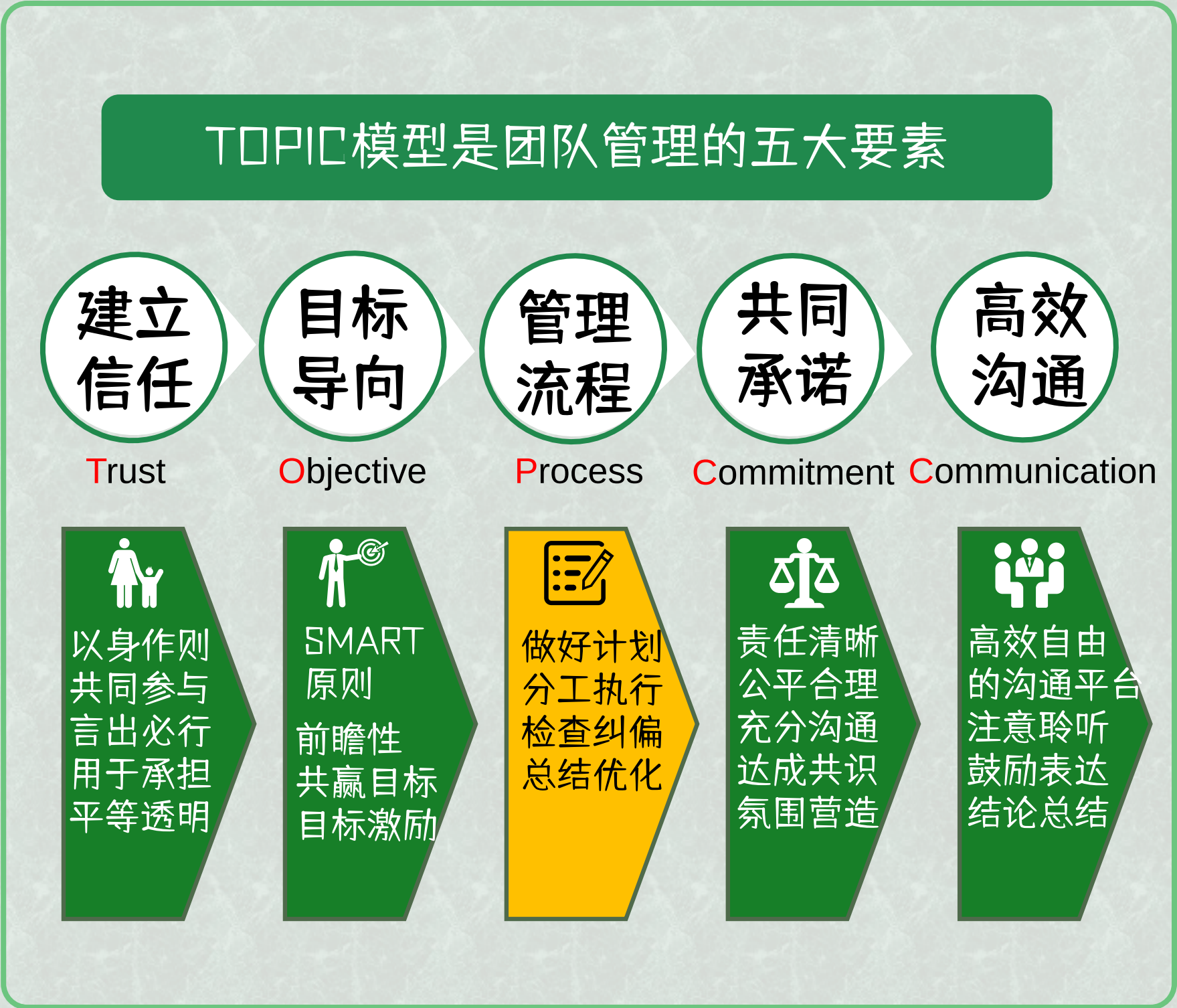
来源 | 网络

应用 | 提升团队执行力、团队管理等

制图 | 心阳读书成长

模块 | 组织模块

TOPIC模型



参考 | 刘宏伟：需要掌握的思维模型——团队TOPIC模型
应用 | 组织管理、团队沟通、团队领导力等
制图 | 心阳读书成长
模块 | 组织模块