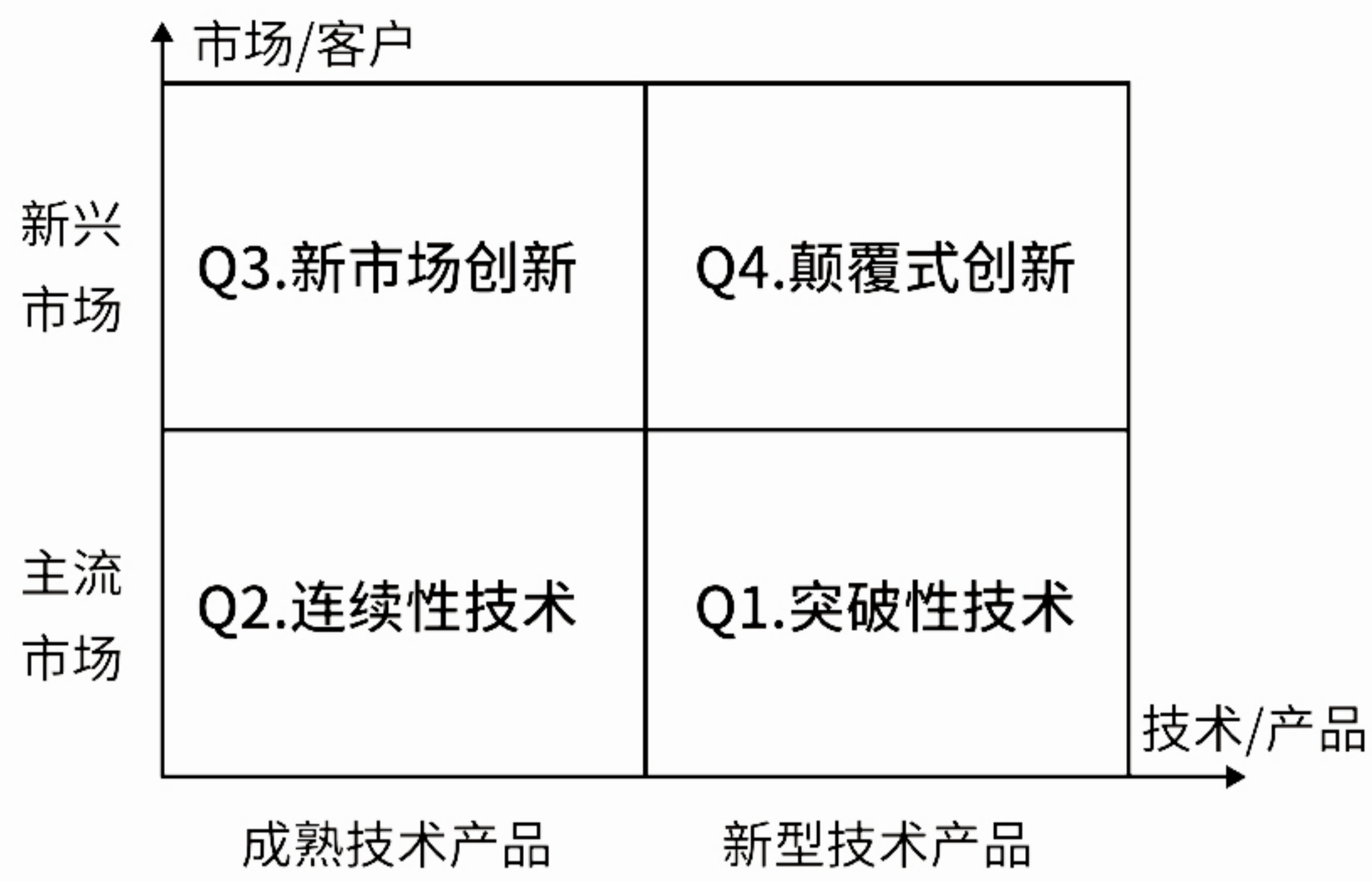


组织模块

价值网矩阵图

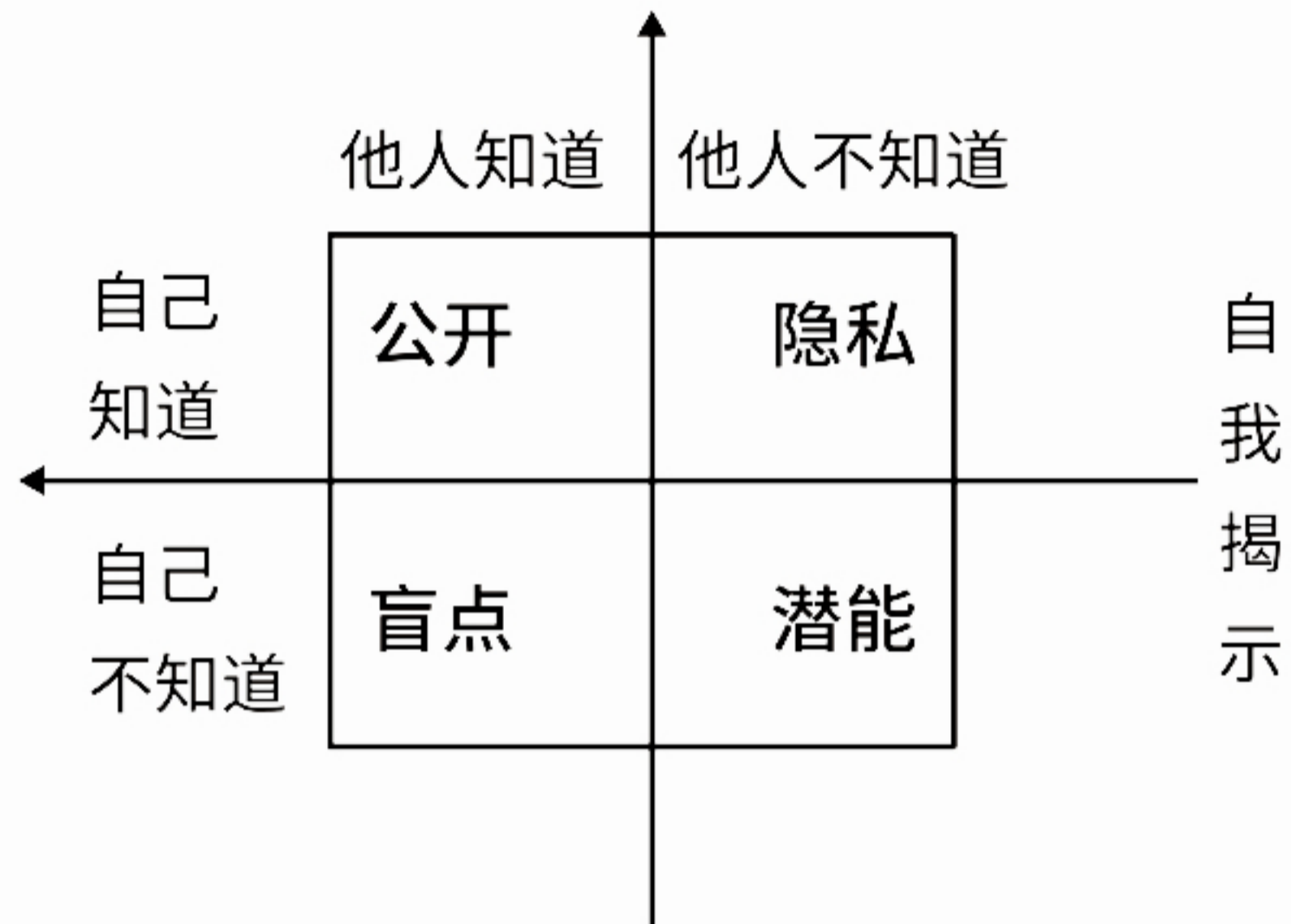


问题处理矩阵



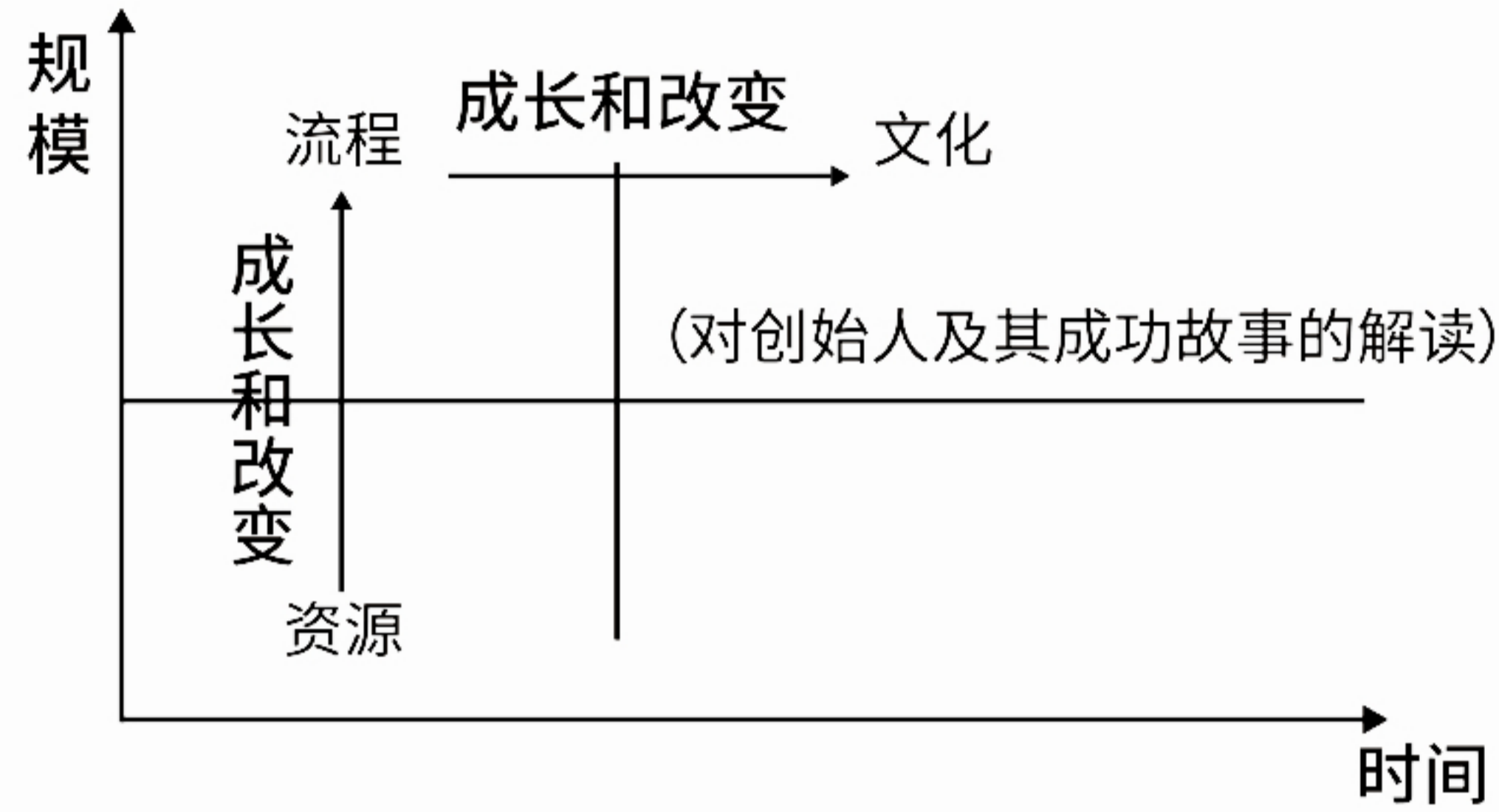
组织心智

沟通视窗

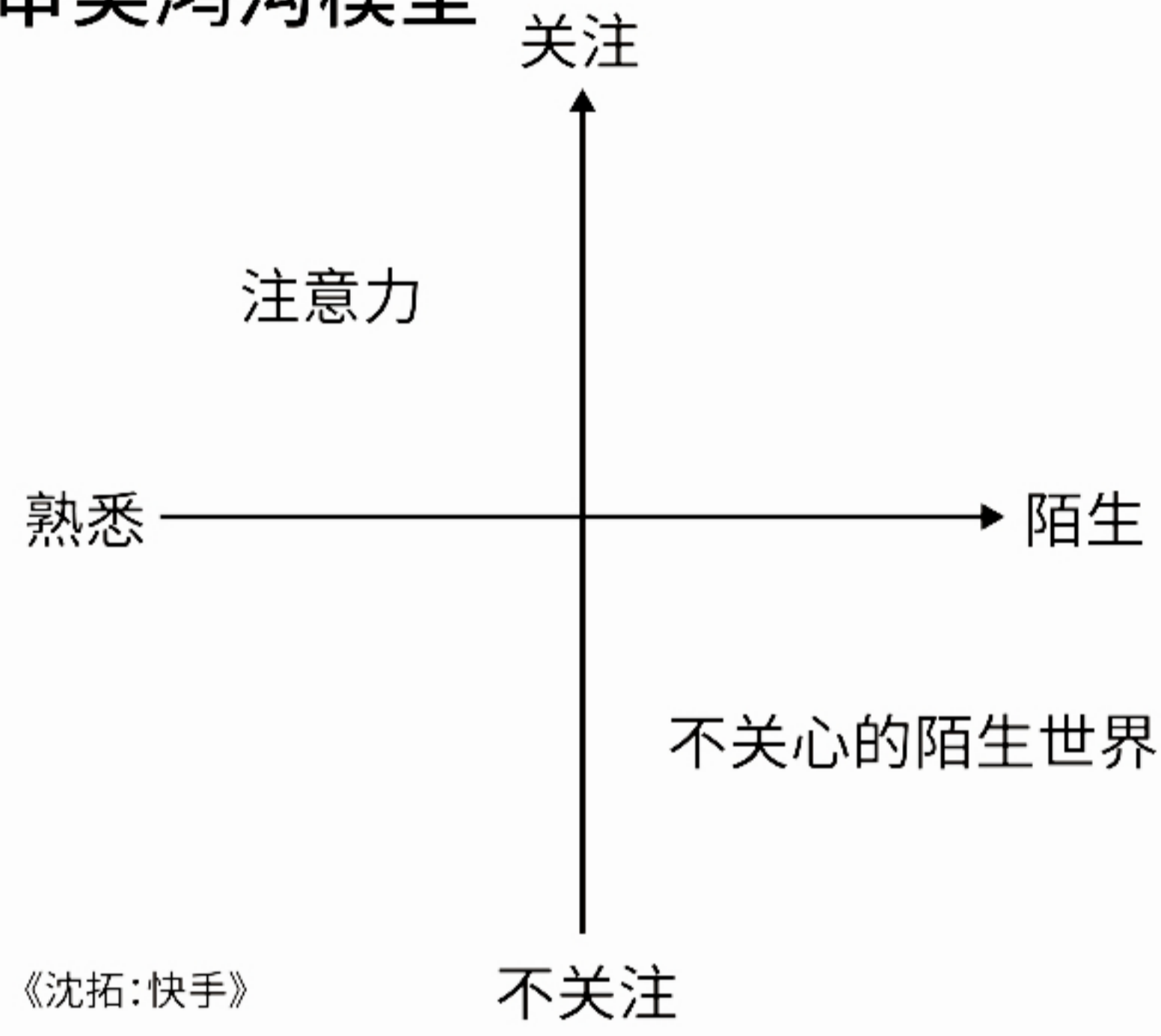


《樊登：可复制的领导力》

RPV框架 (Resources Processes Values)



审美鸿沟模型



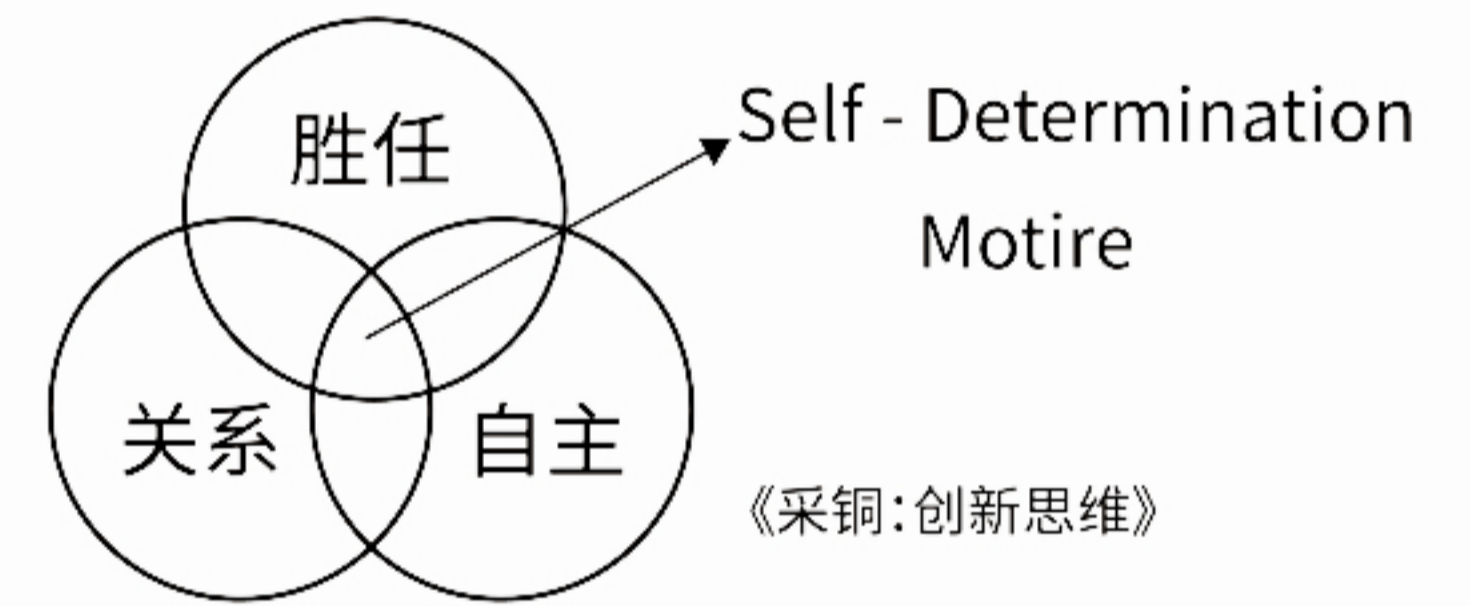
《沈拓：快手》

组织三角

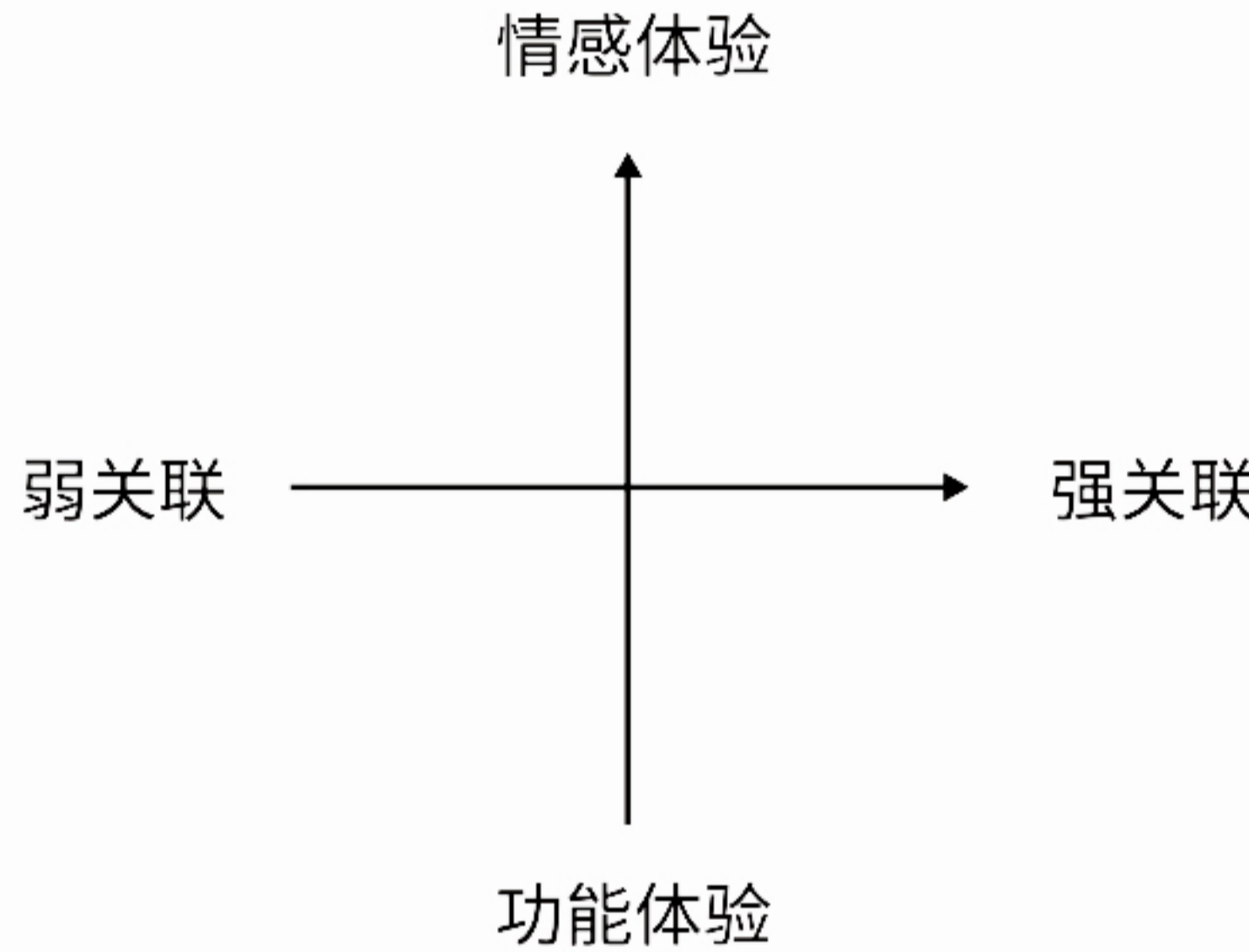
愿景 → 文化
愿不愿



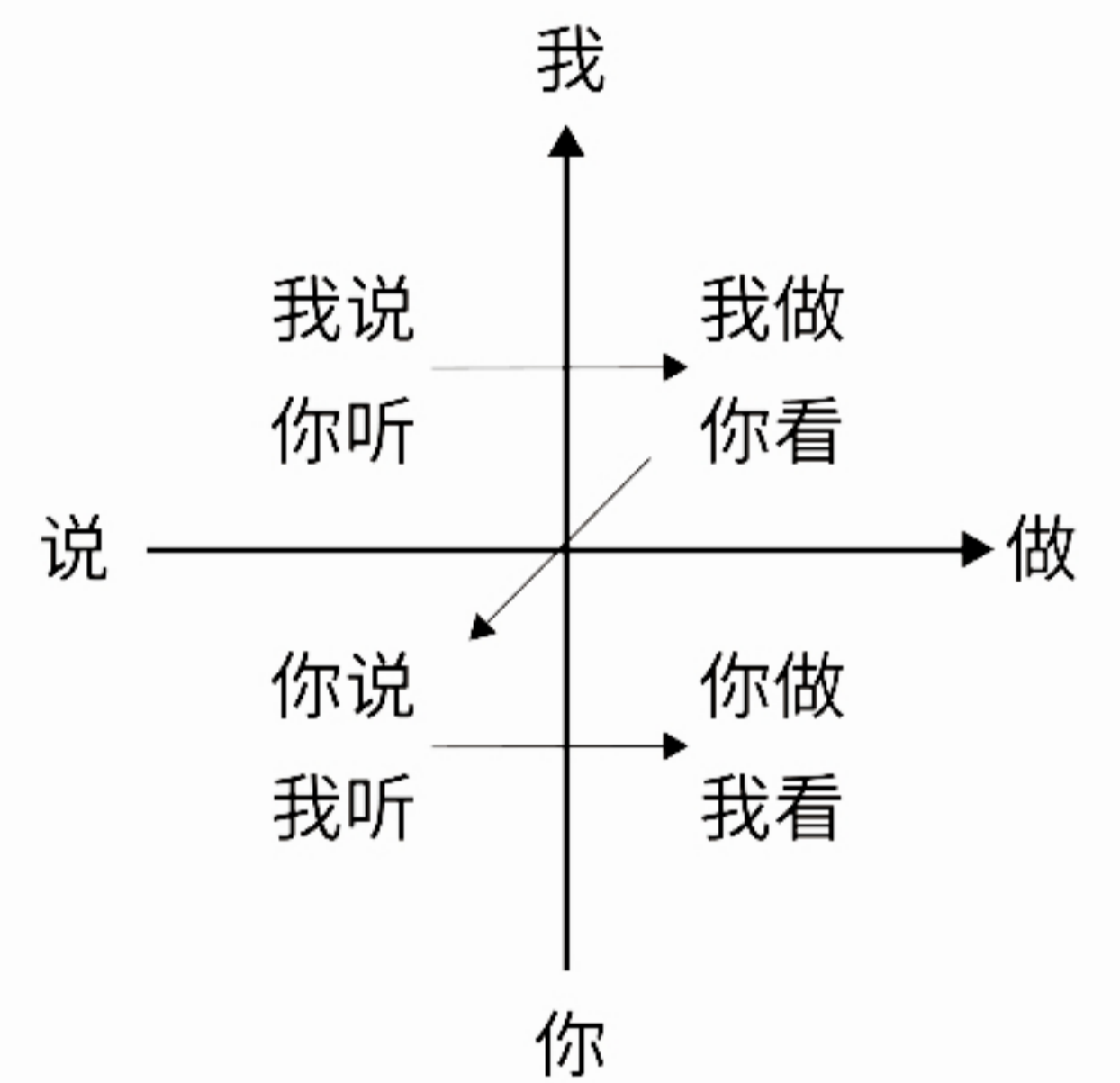
心理学底层模型



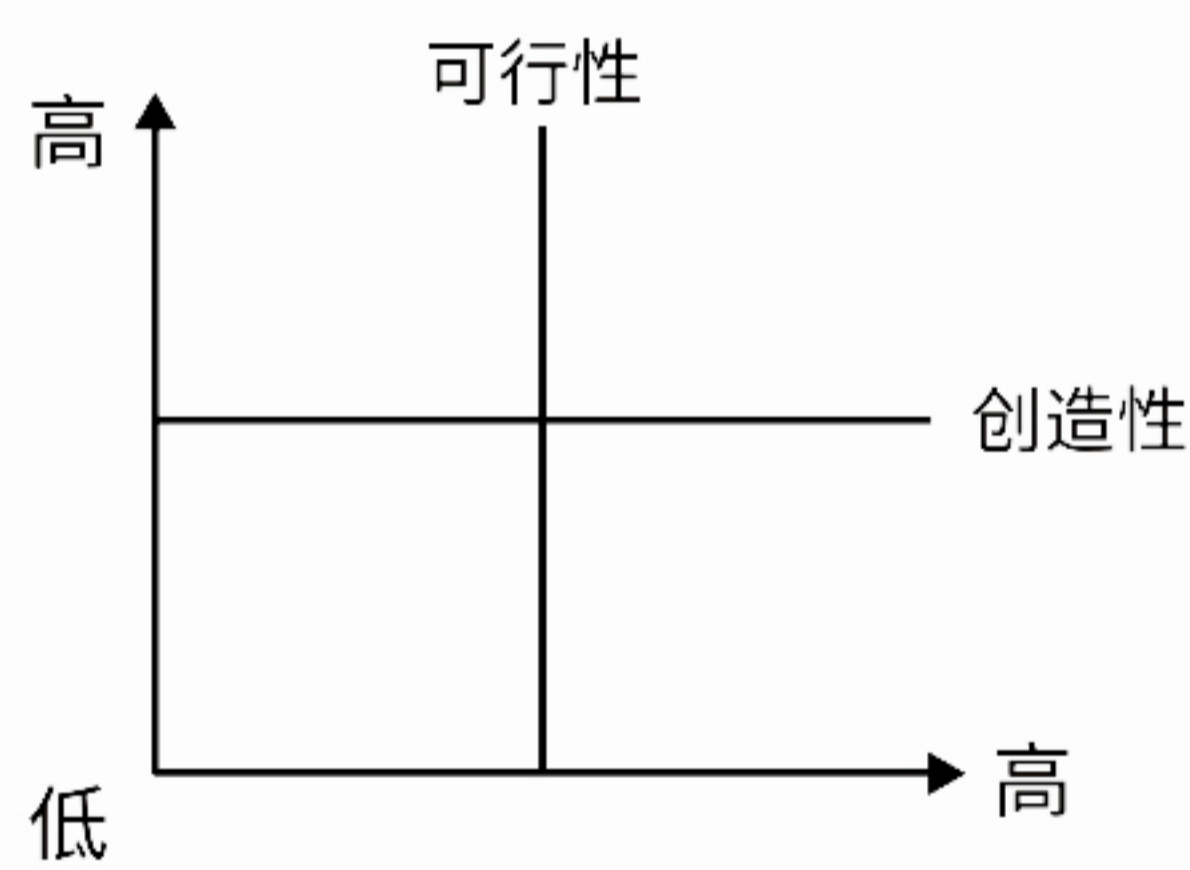
用户体验变革模型



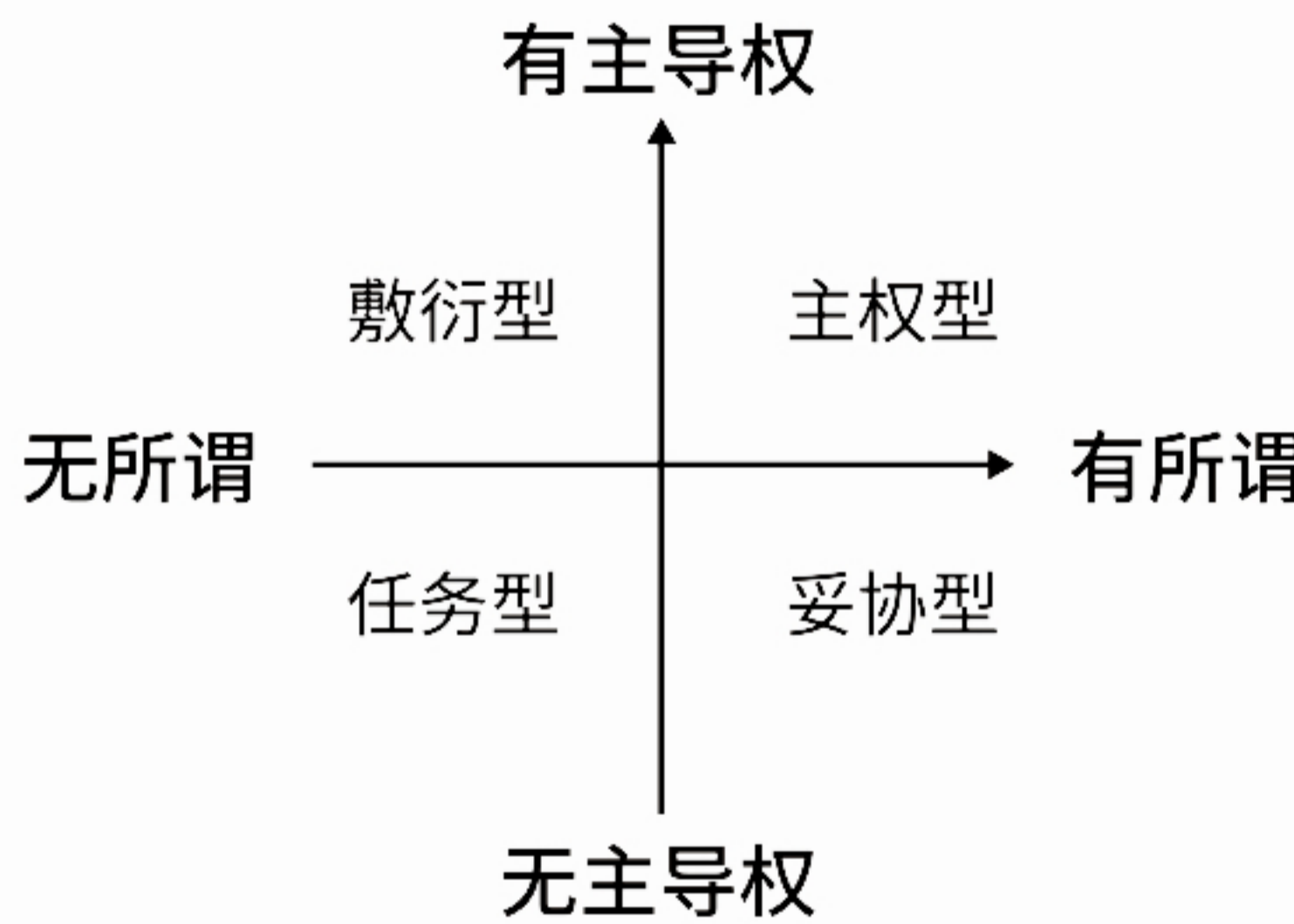
员工培养模型



创新可行性评估矩阵



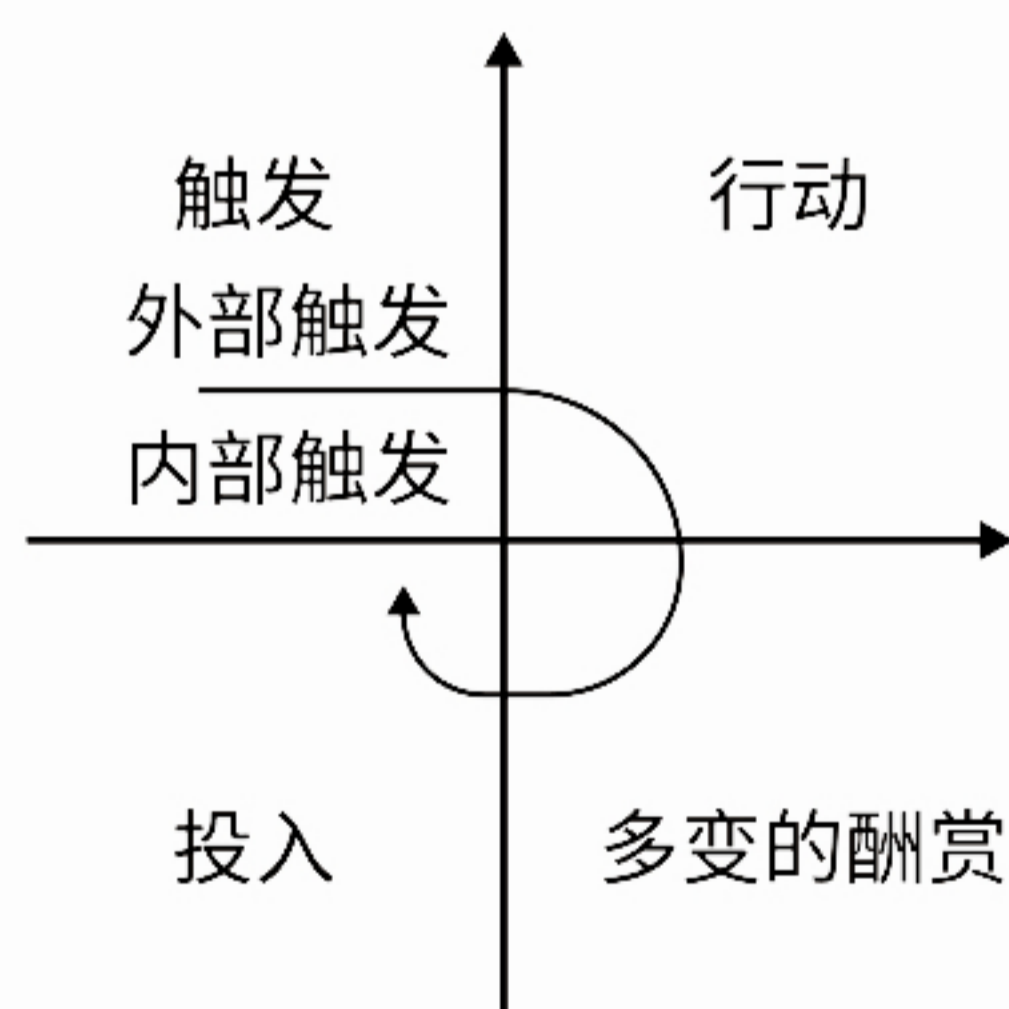
购买决策模型



能力价值观模型



上瘾模型



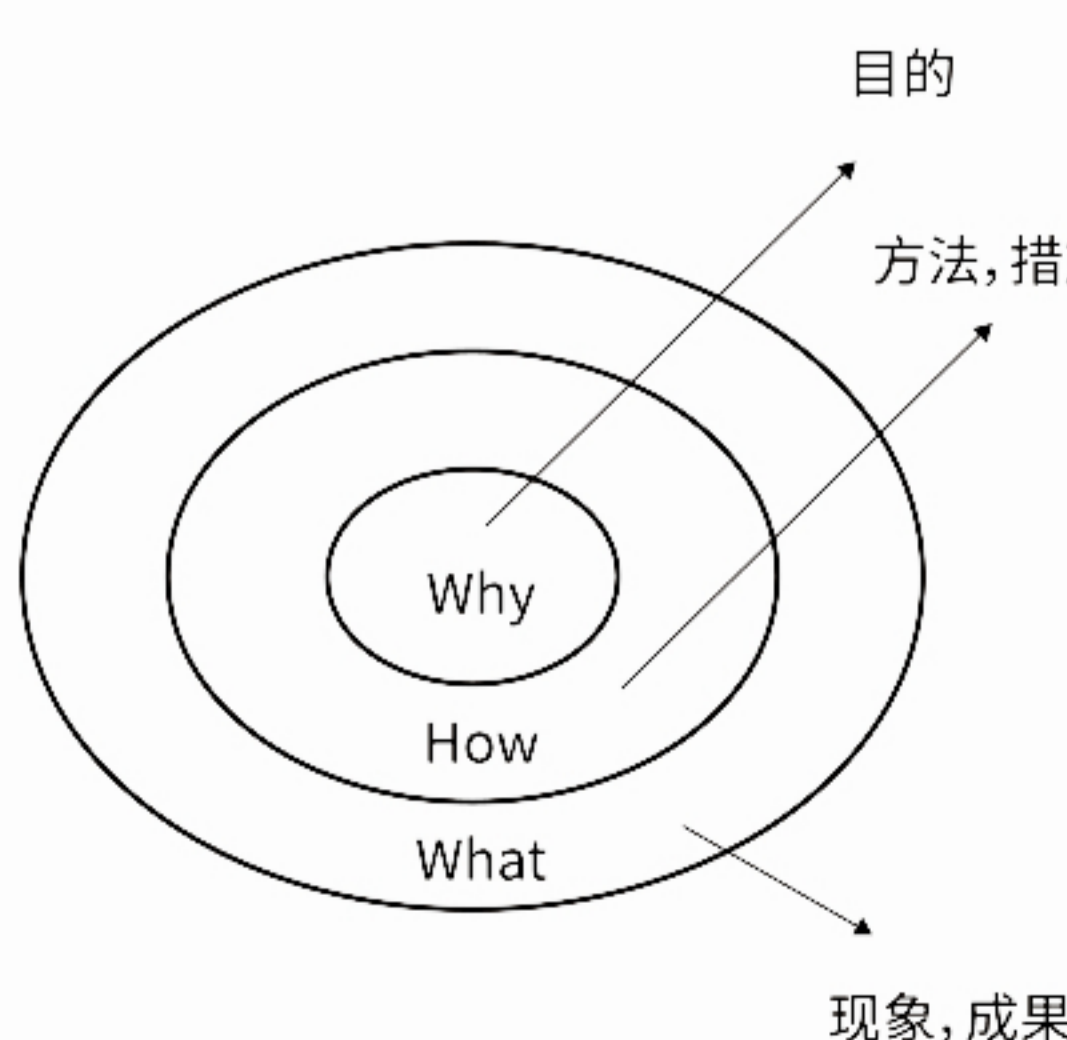
TEFCAS

- 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

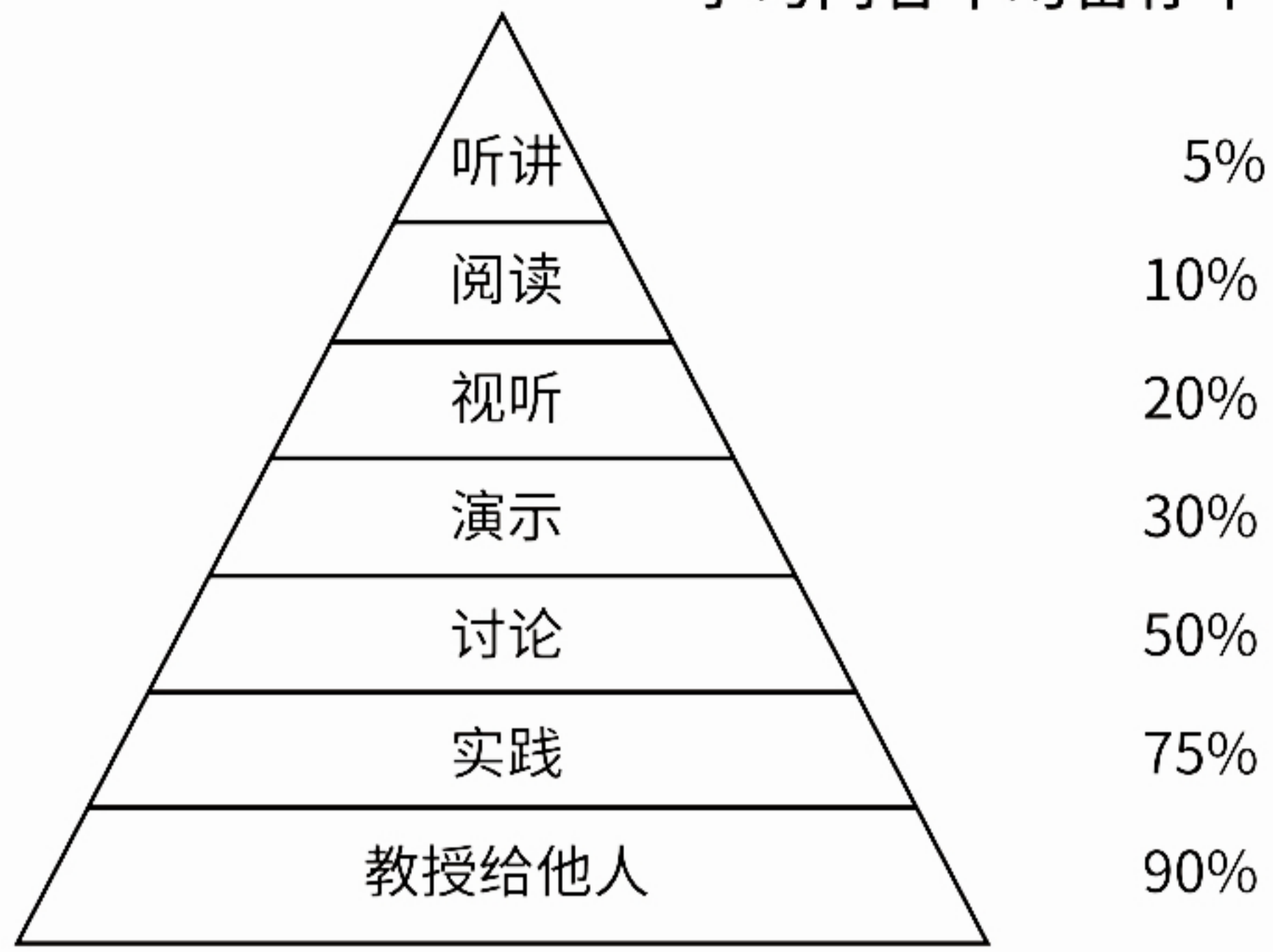
校正：果子

*内部学习资料，仅供学员讨论使用

认知模块

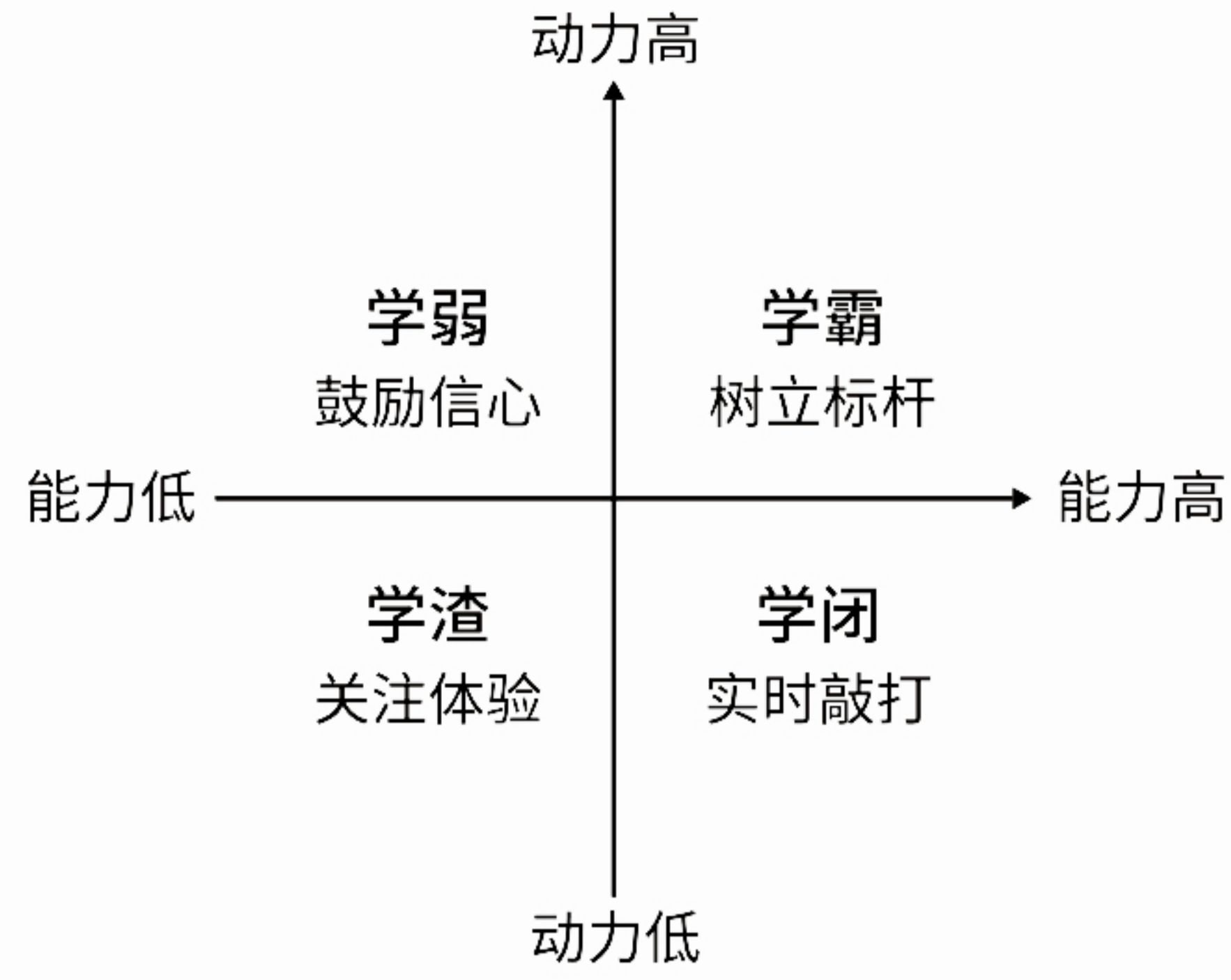
认知学习模型

学习内容平均留存率



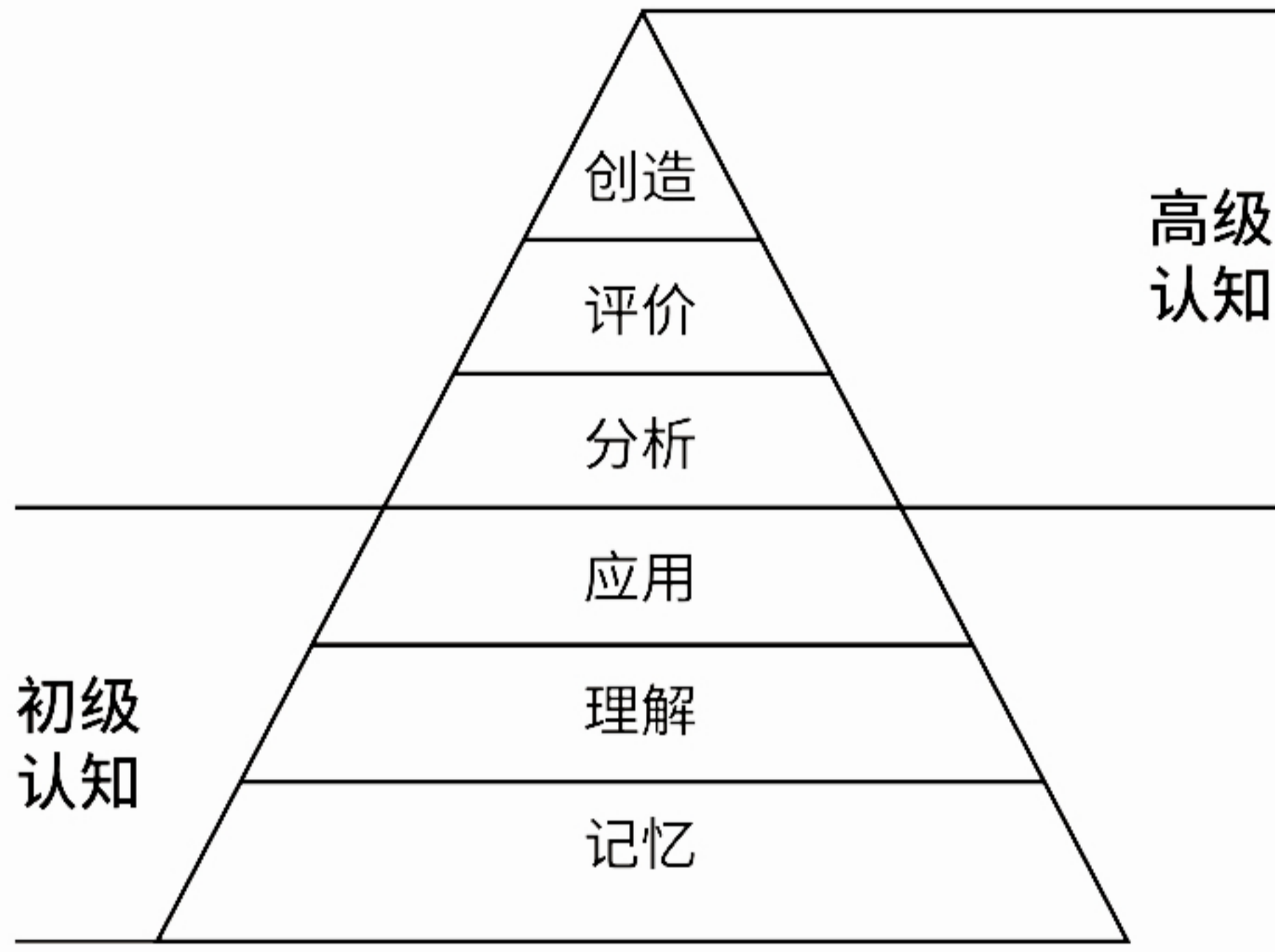
学习金字塔

同学激励模型



创新领教@付磊

布鲁姆教育分类

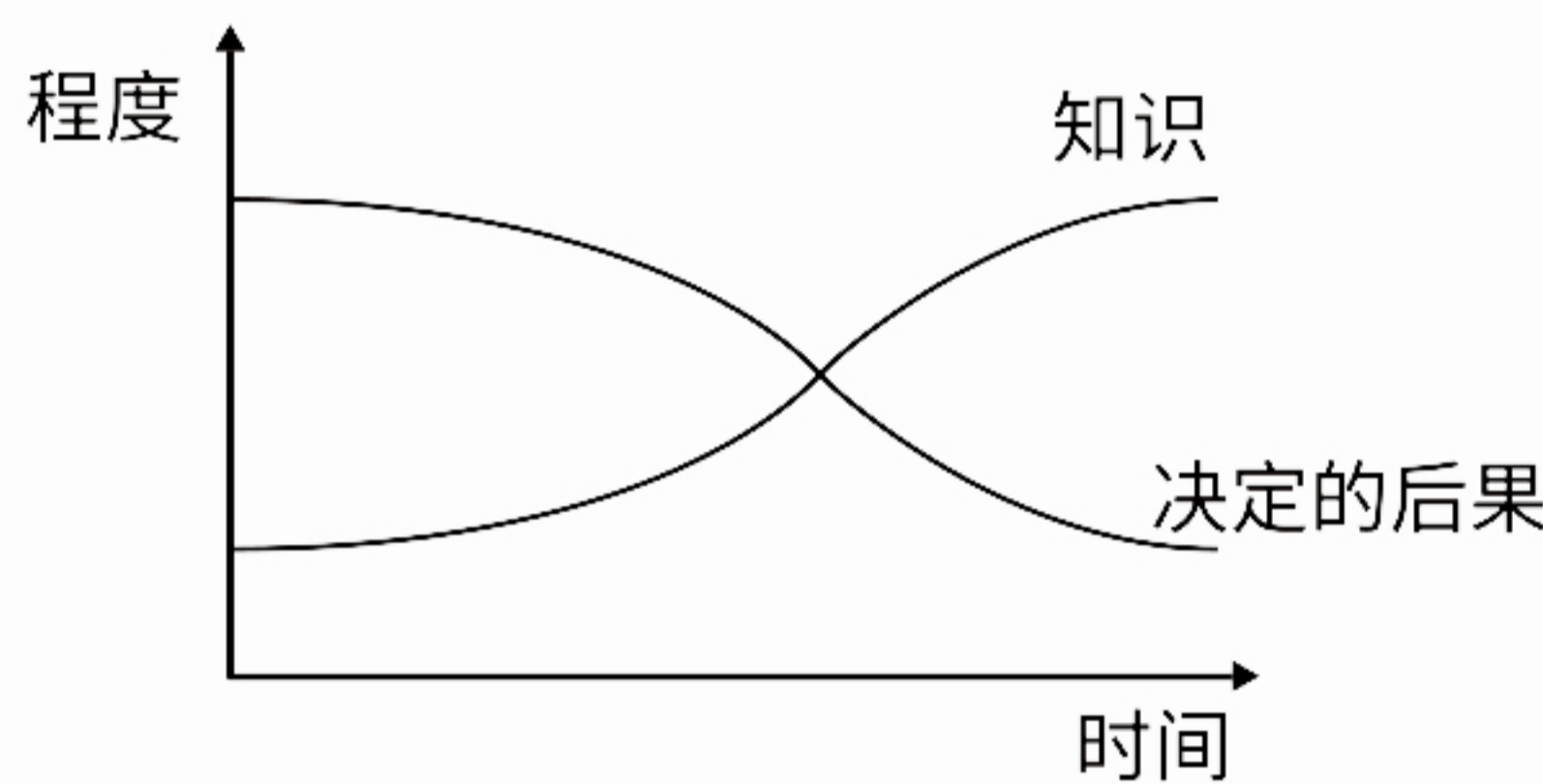


五星笔记法

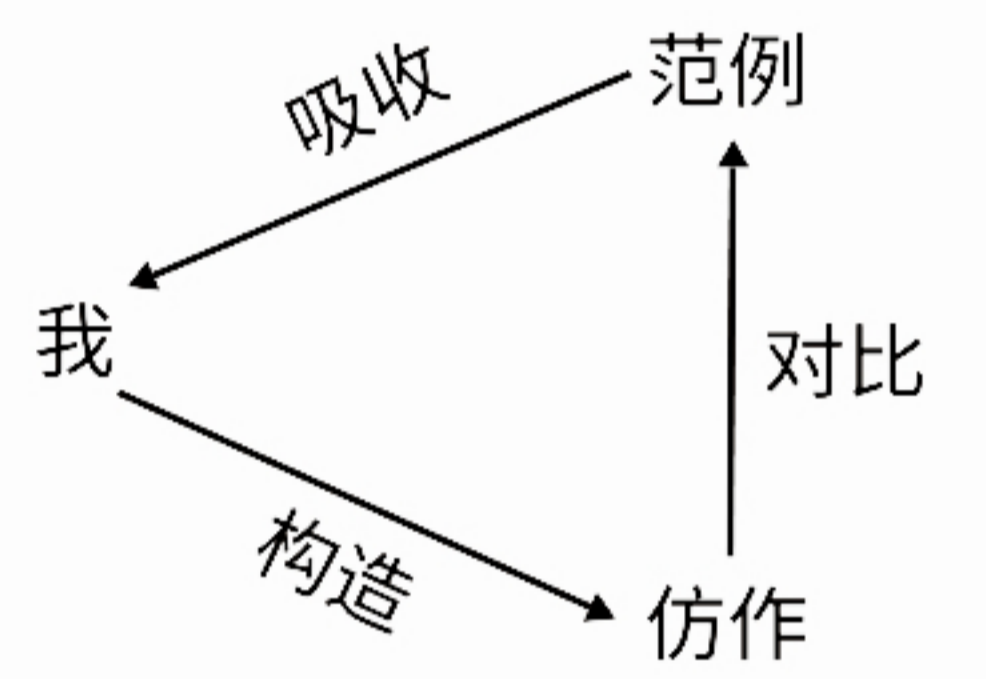
- 1.核心内容是什么
- 2.逻辑是什么
- 3.我的启发是什么
- 4.思维模型
- 5.可以英勇的实操是什么



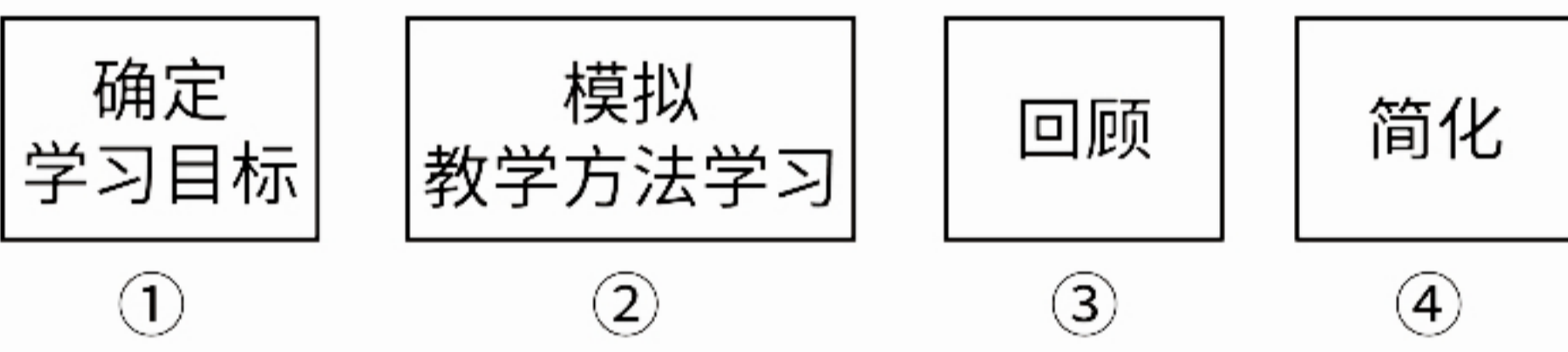
后果模型



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

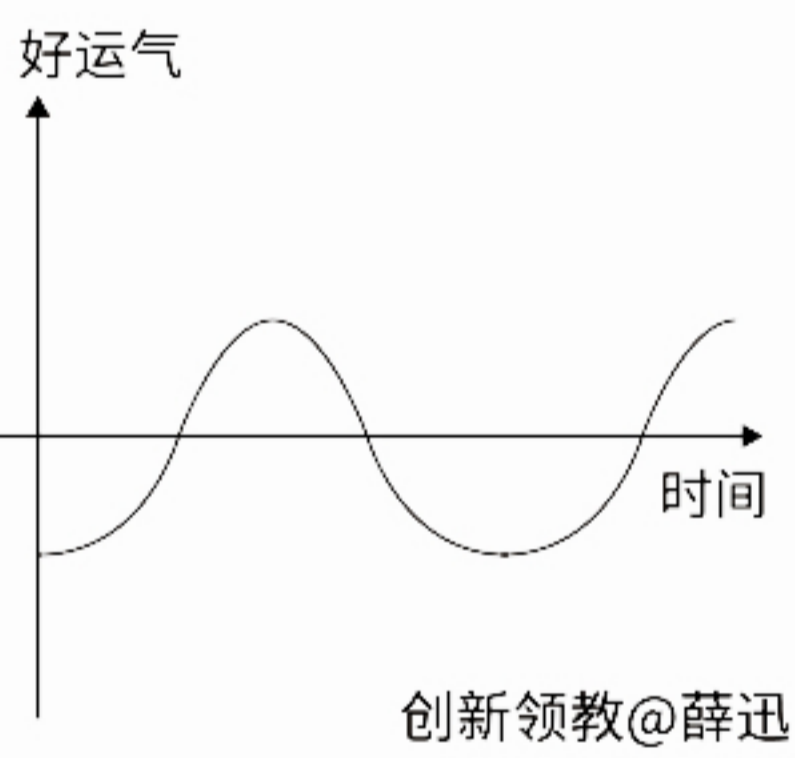
故事4C原则

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

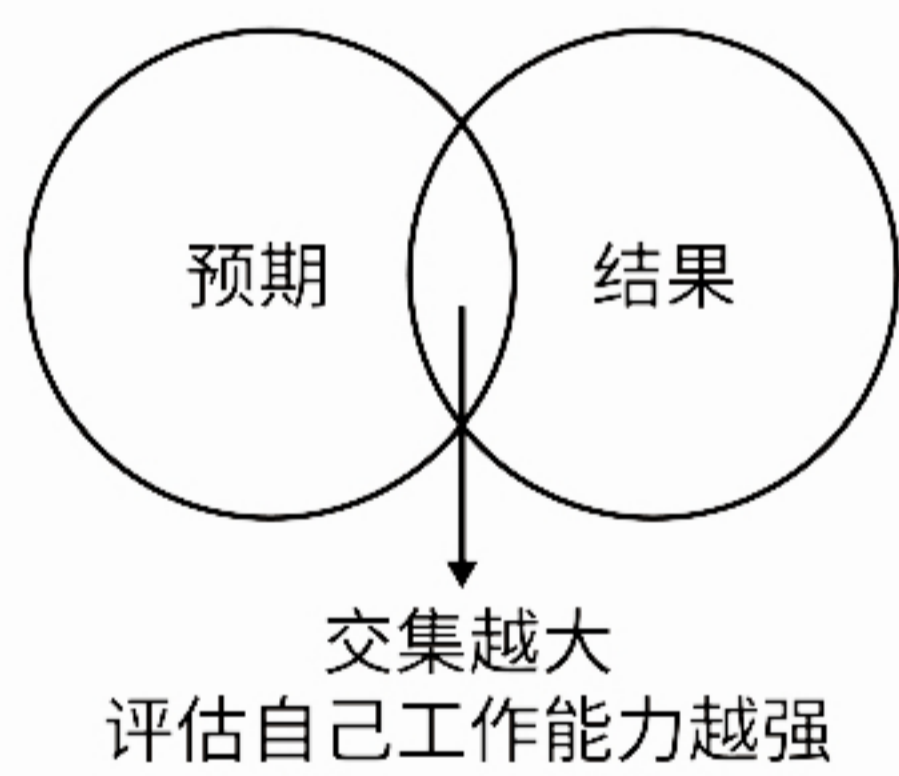
SCQA表达法

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

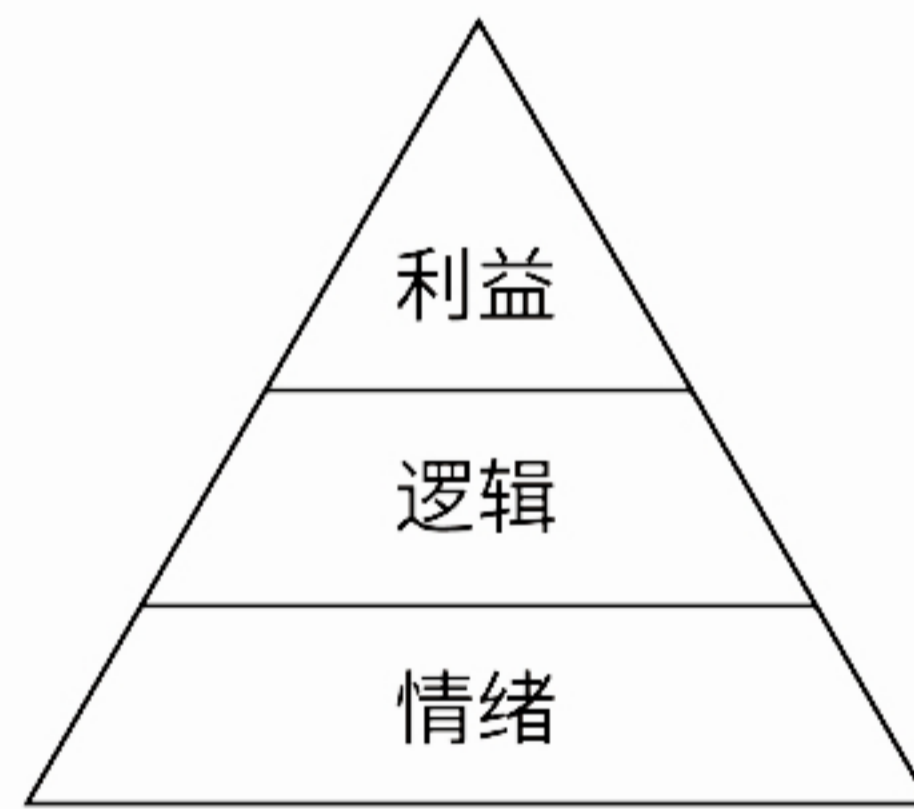
讲故事模型



自我反馈模型



说服金字塔

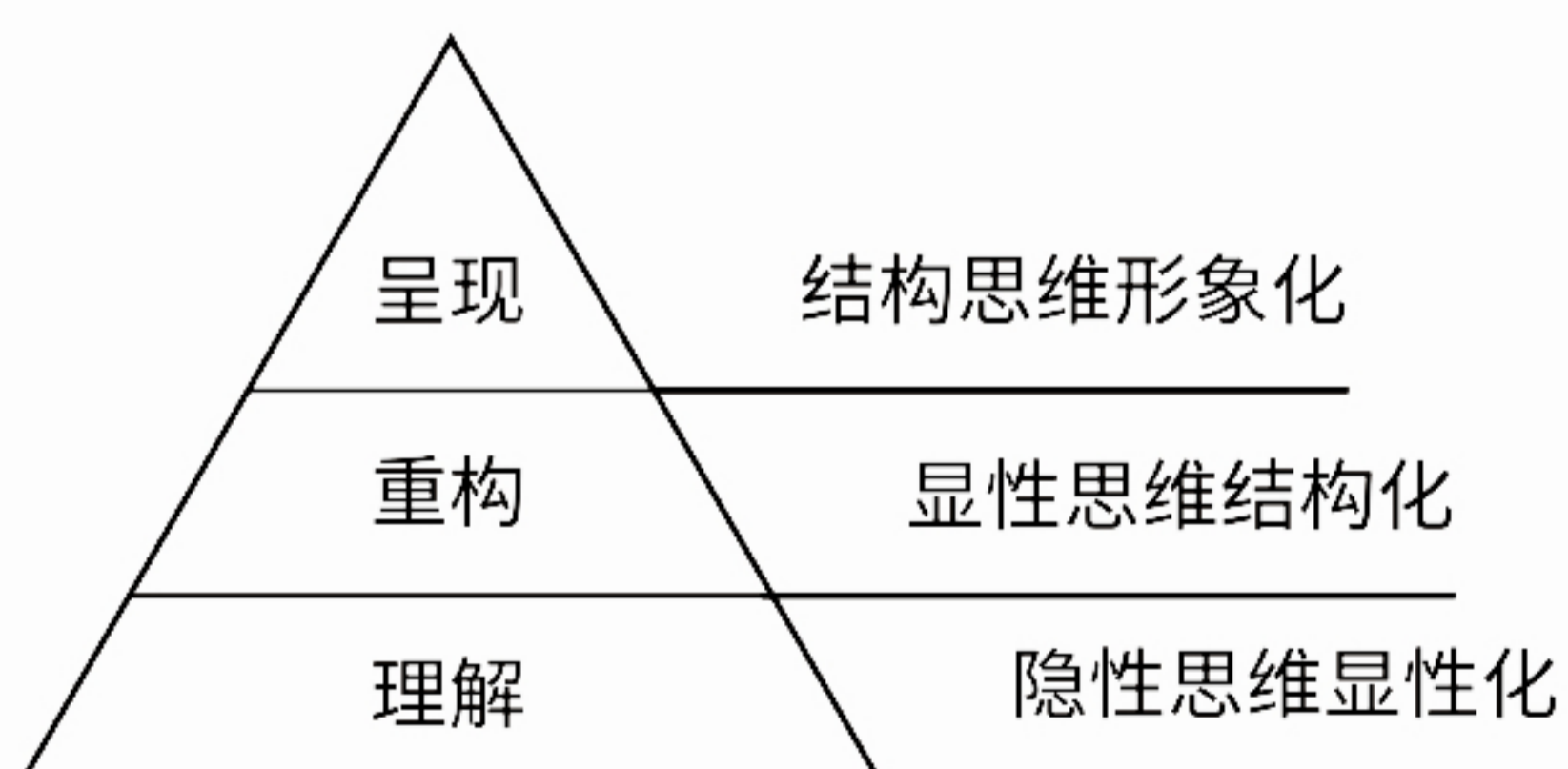


PICA法

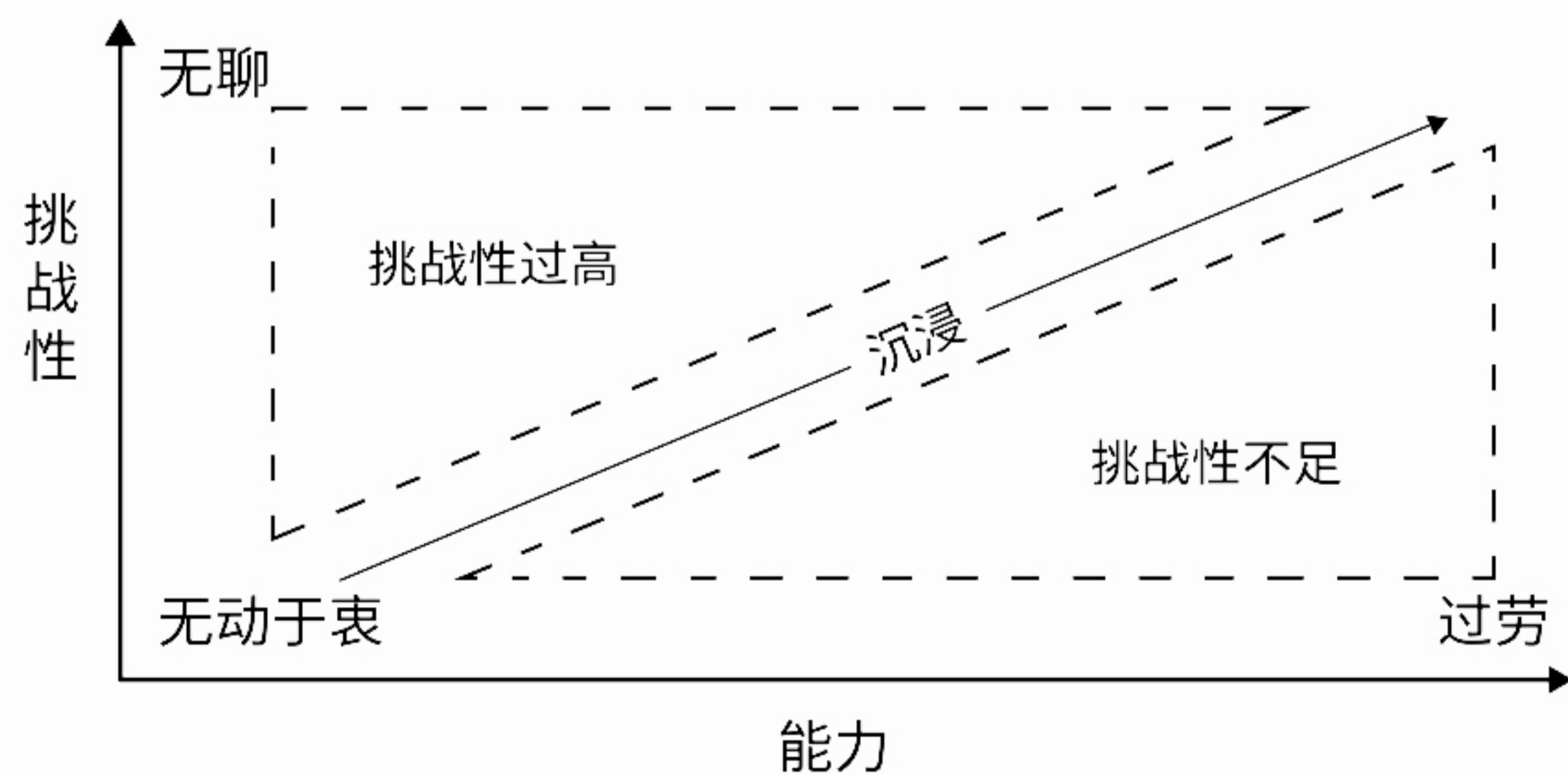
- | | |
|-------------|----|
| Perspectire | 视角 |
| Insight | 观点 |
| Contect | 背景 |
| Analysis | 分析 |

——《创新者的任务》

结构思考力三层次模型



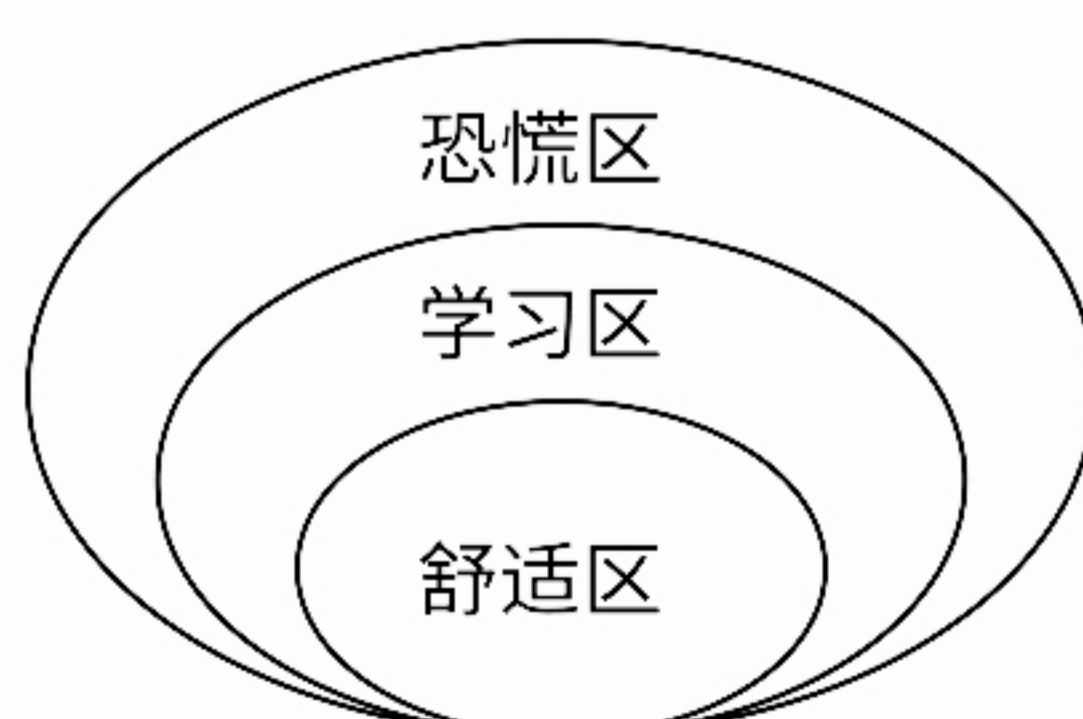
心流



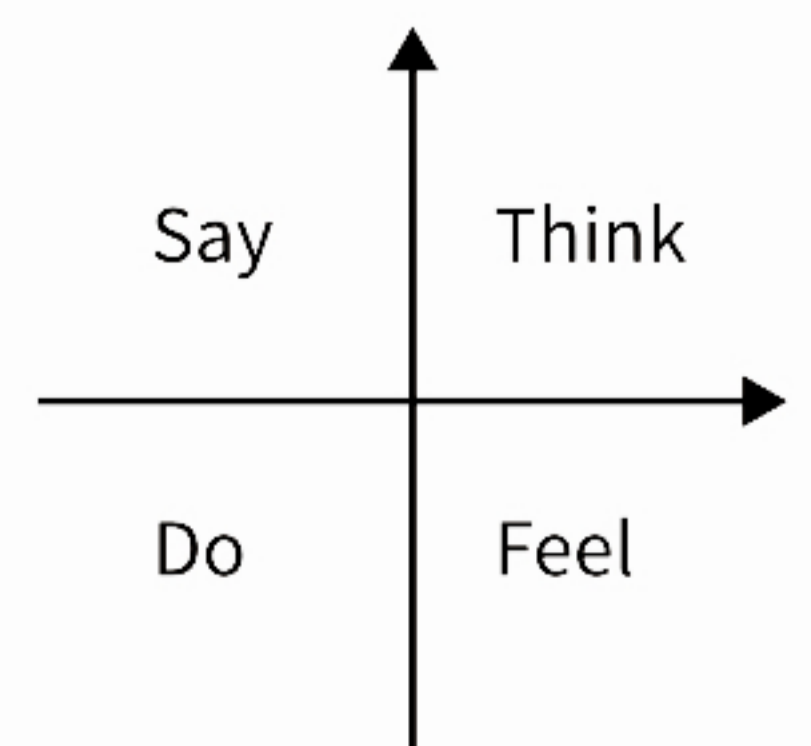
学习特点与学习原则

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

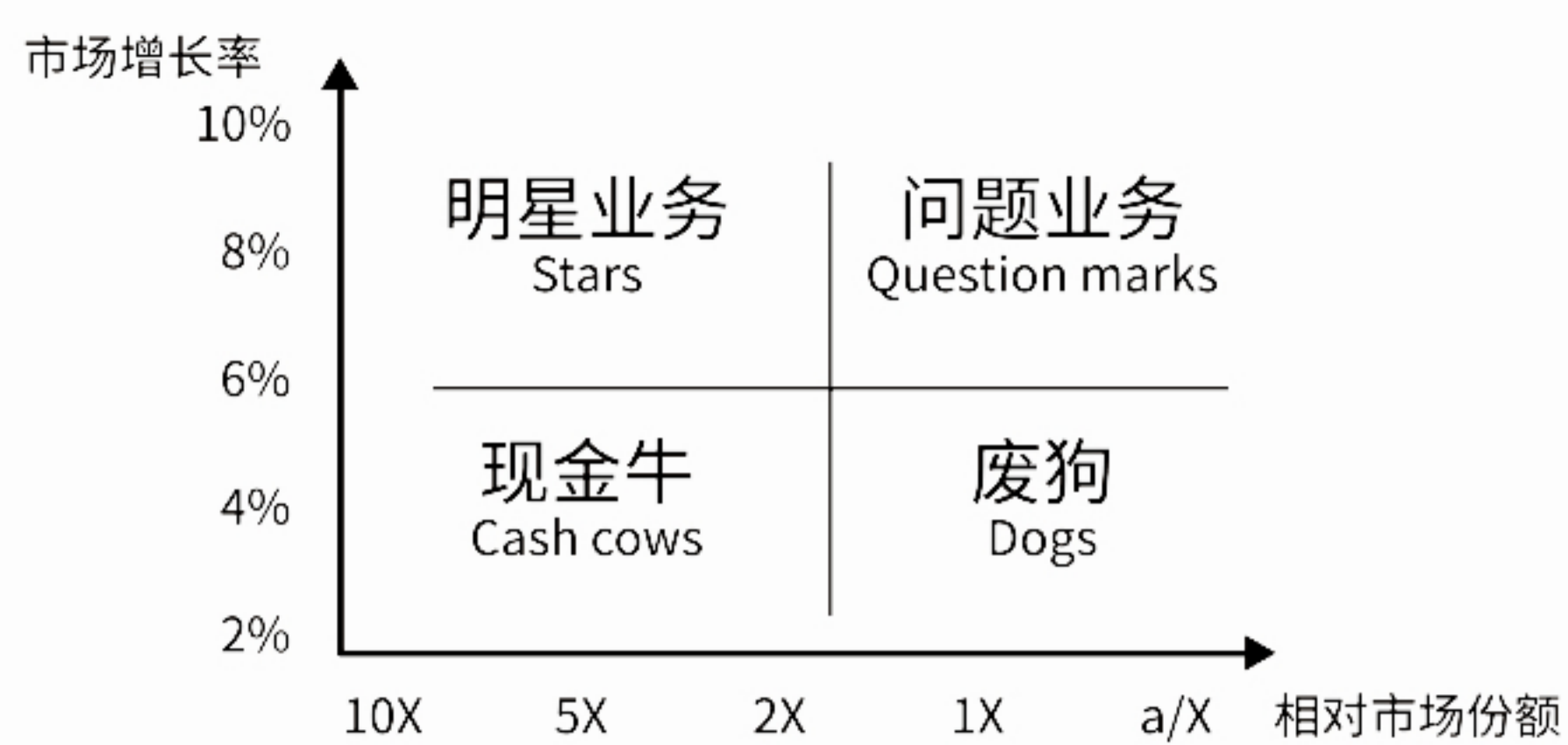


同理心模型

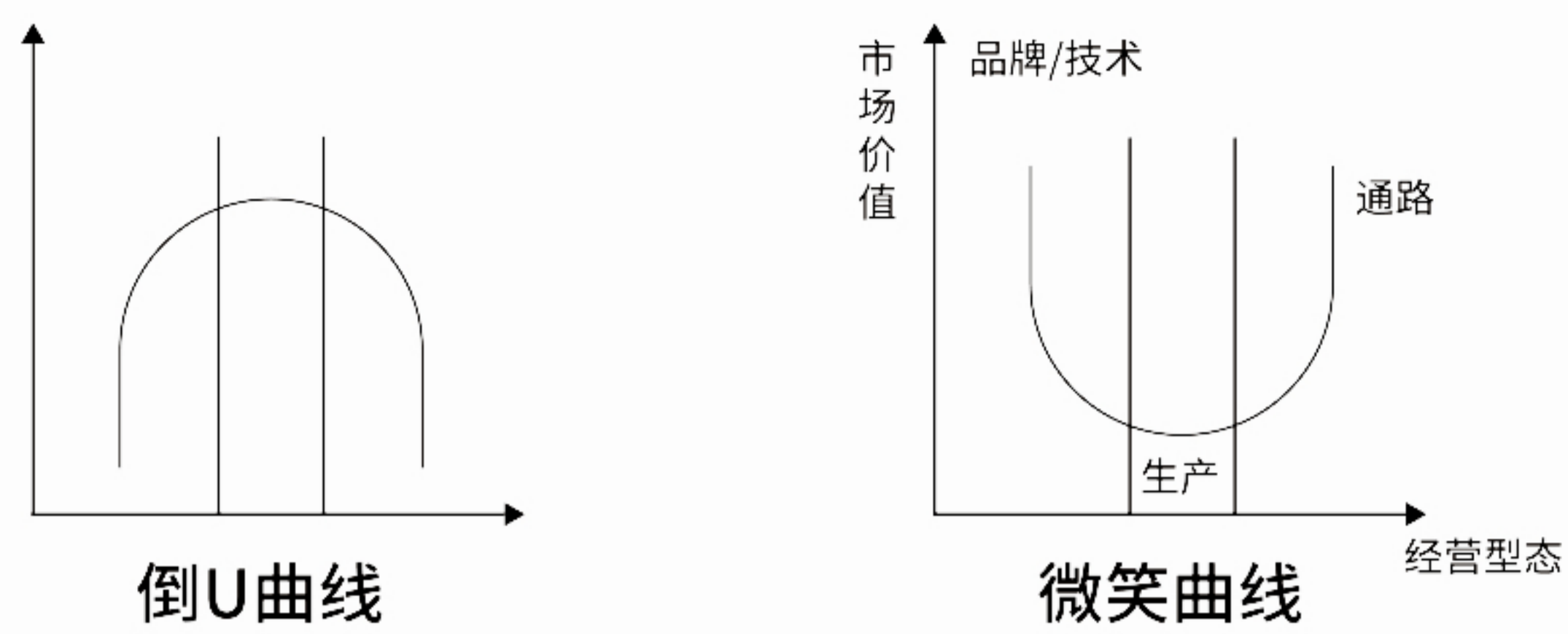


创新模块

波士顿矩阵



U型曲线

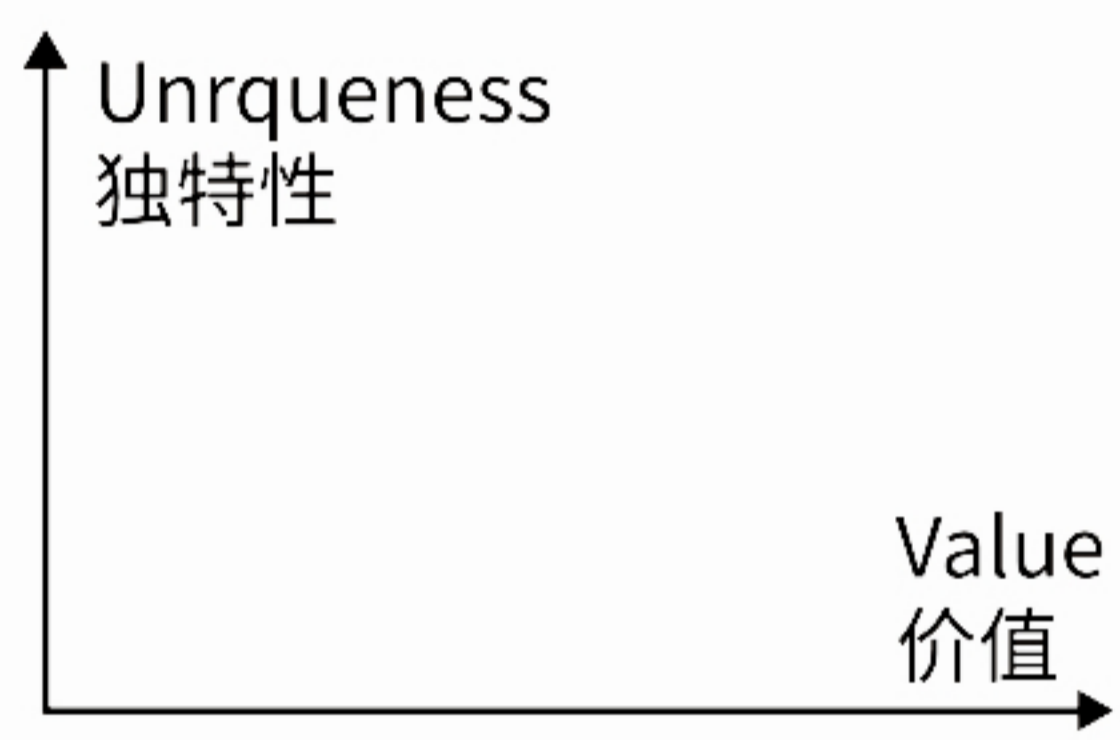


商业模式反思模型-BKA

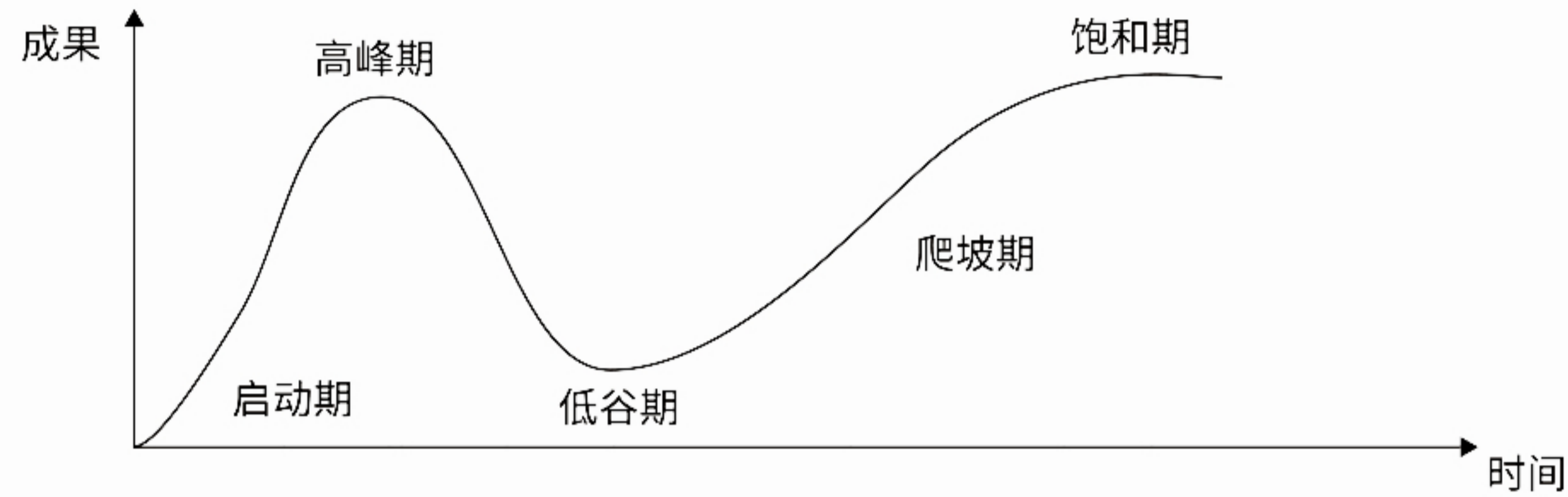
- Bespecific 要很具体
- Keep it simple 简单化
- Ask women 多问问女人

——《盖伊·川崎:创始的艺术》

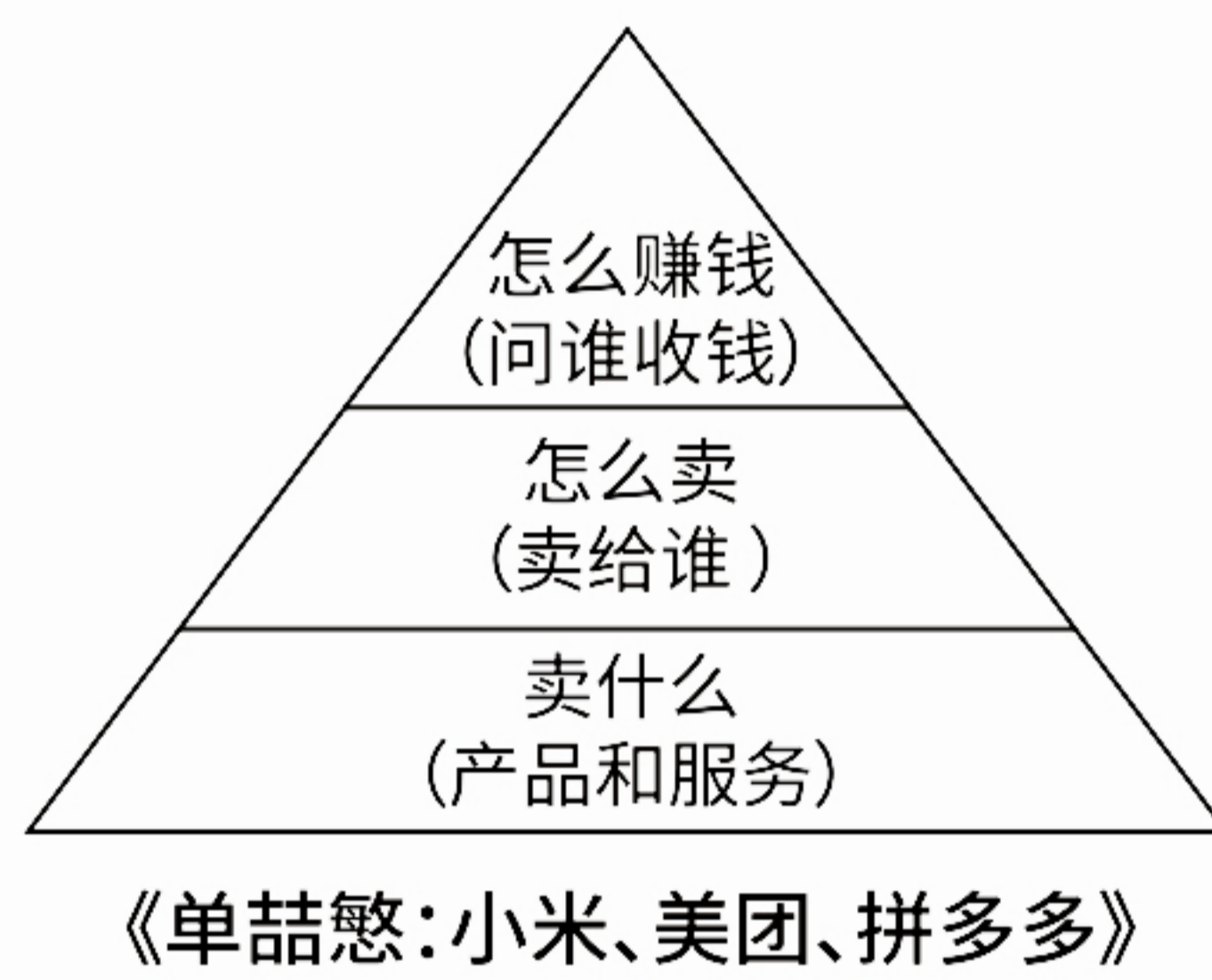
价值独特性模型



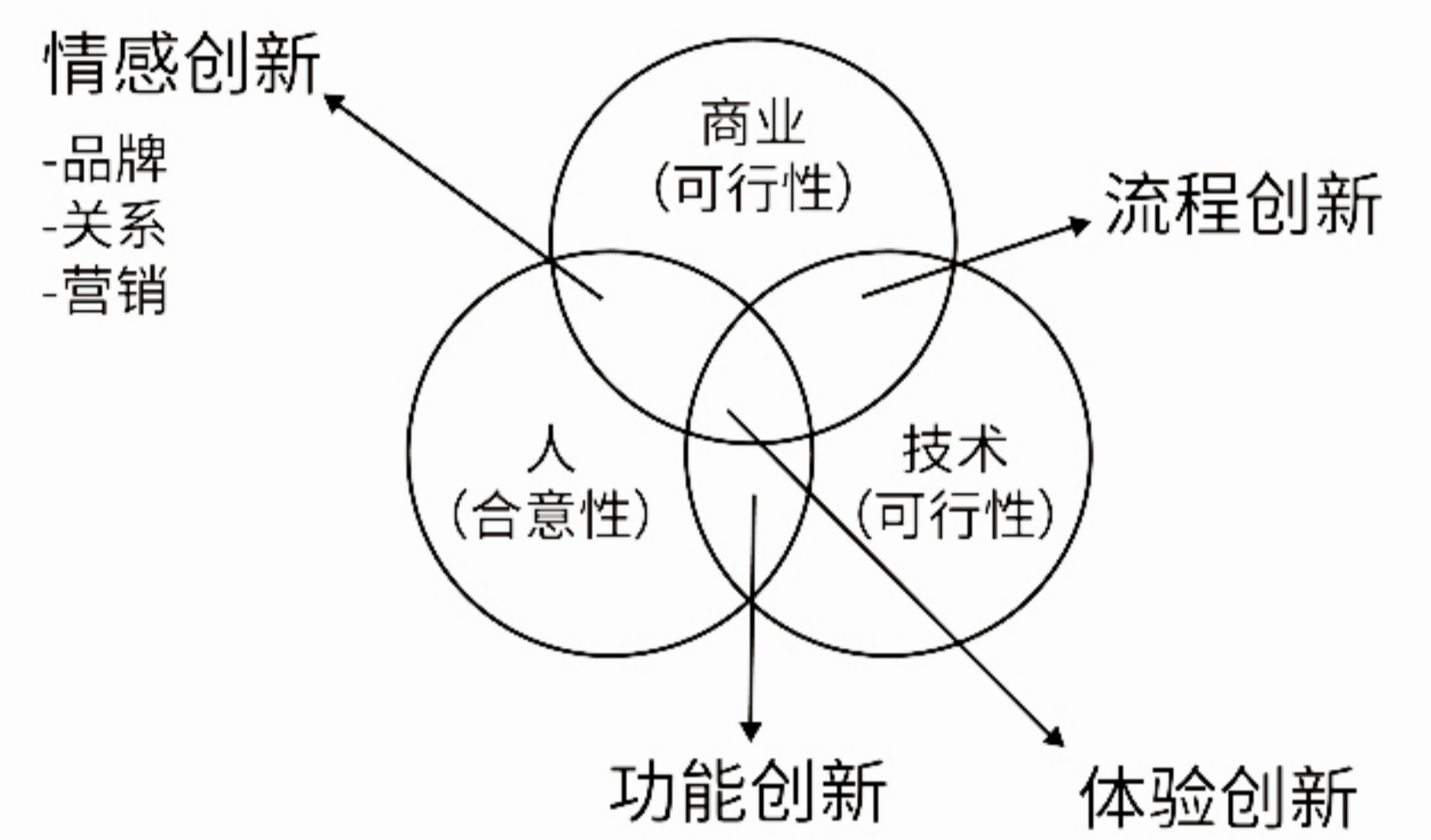
技术成熟度曲线



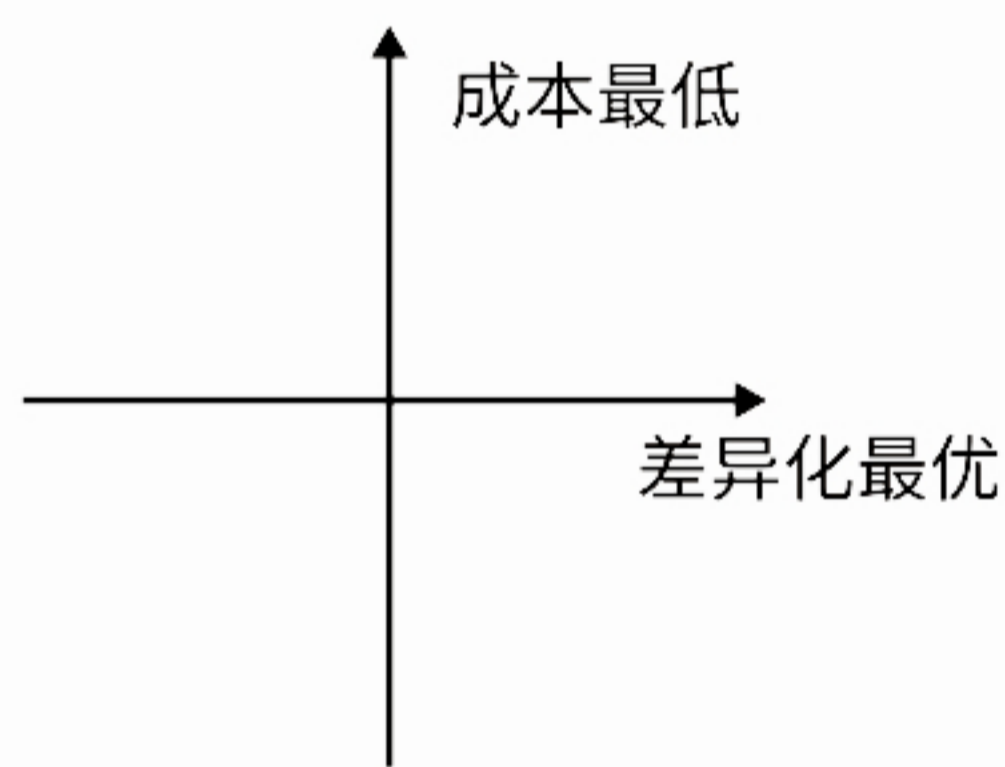
新经济企业商业模式分析



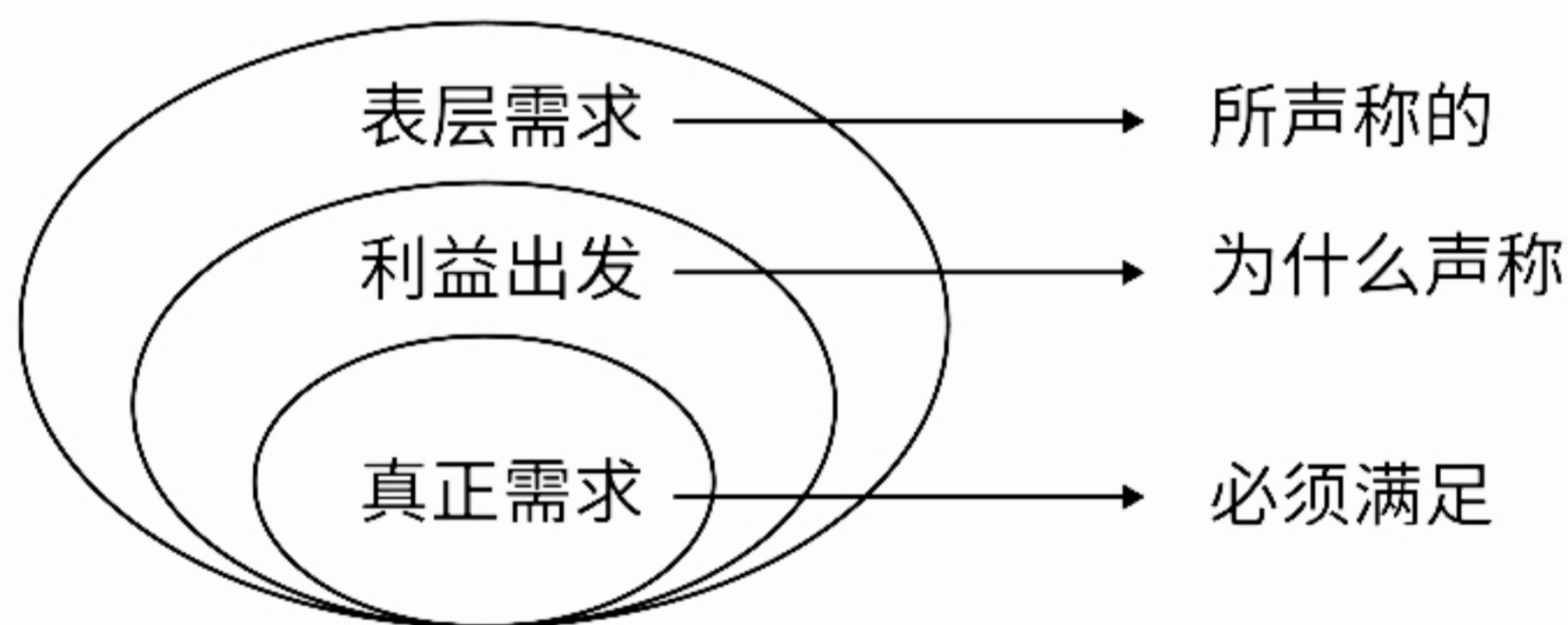
设计思维



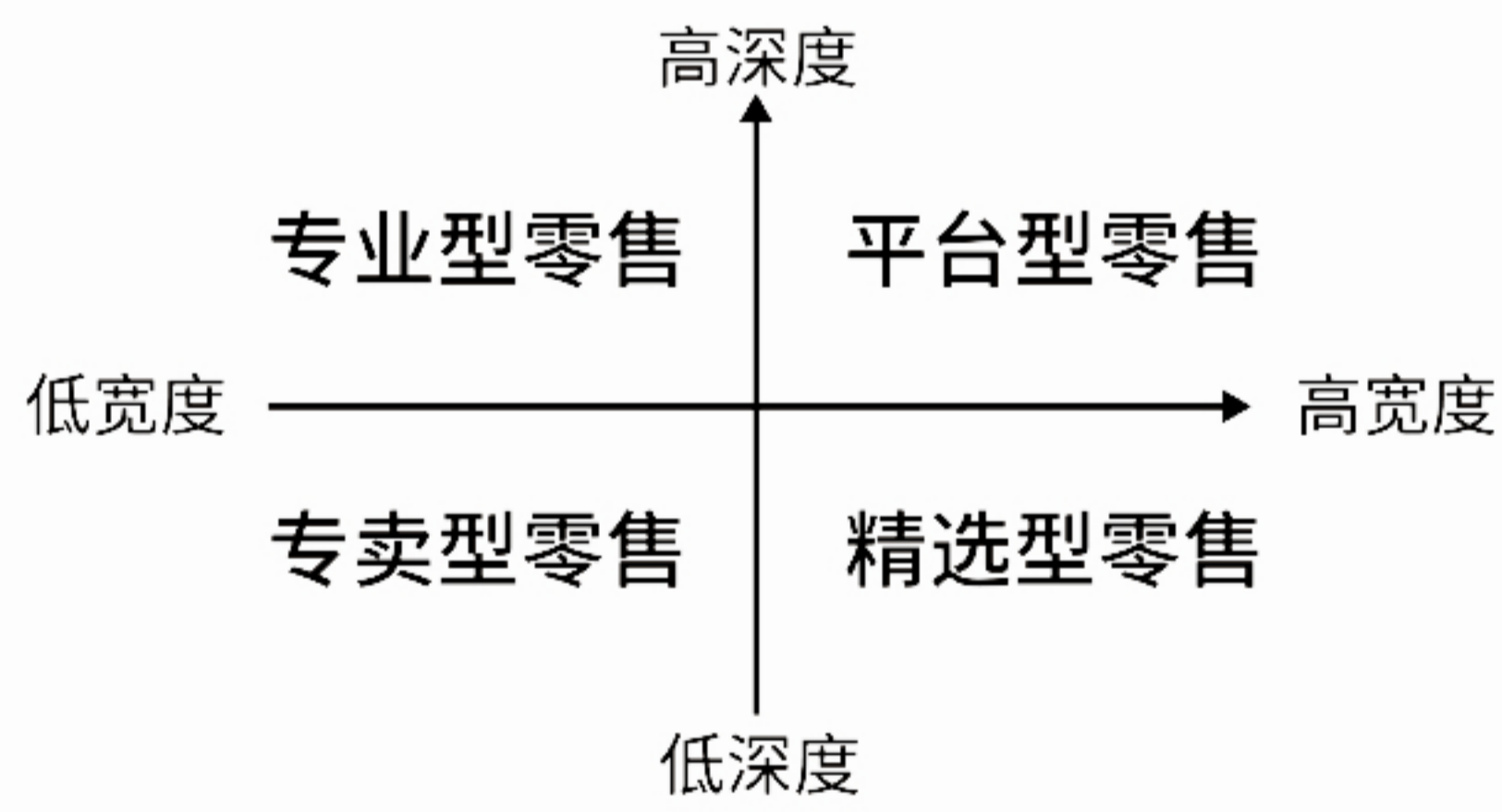
创新的两个向度



冲突层模型 - Simon Rsher



零售品类矩阵



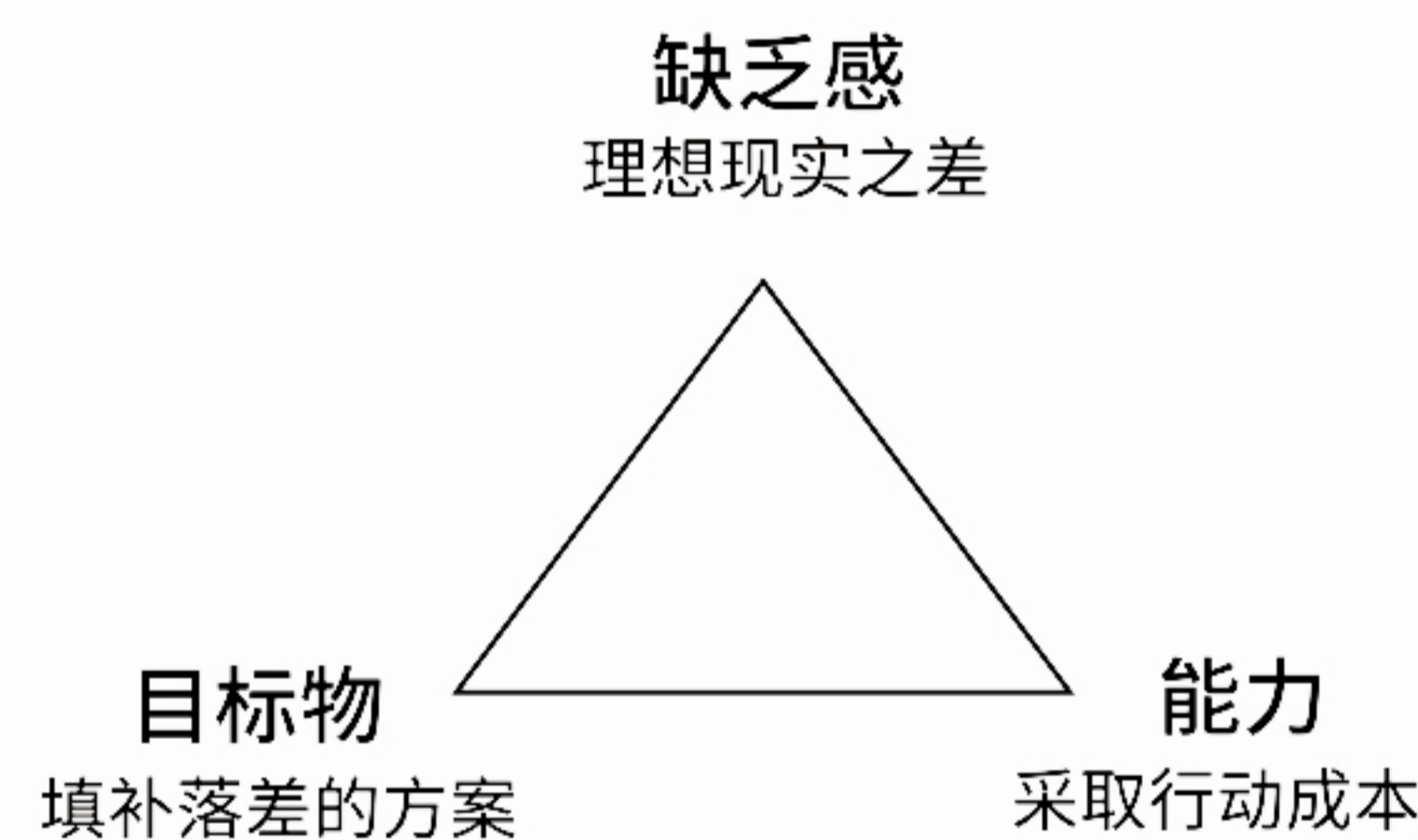
分形创新

遗传 + 变异 + 选择 + 隔离 = 第二曲线

(第一曲线) (分形) (市场选择) (独立小机构)

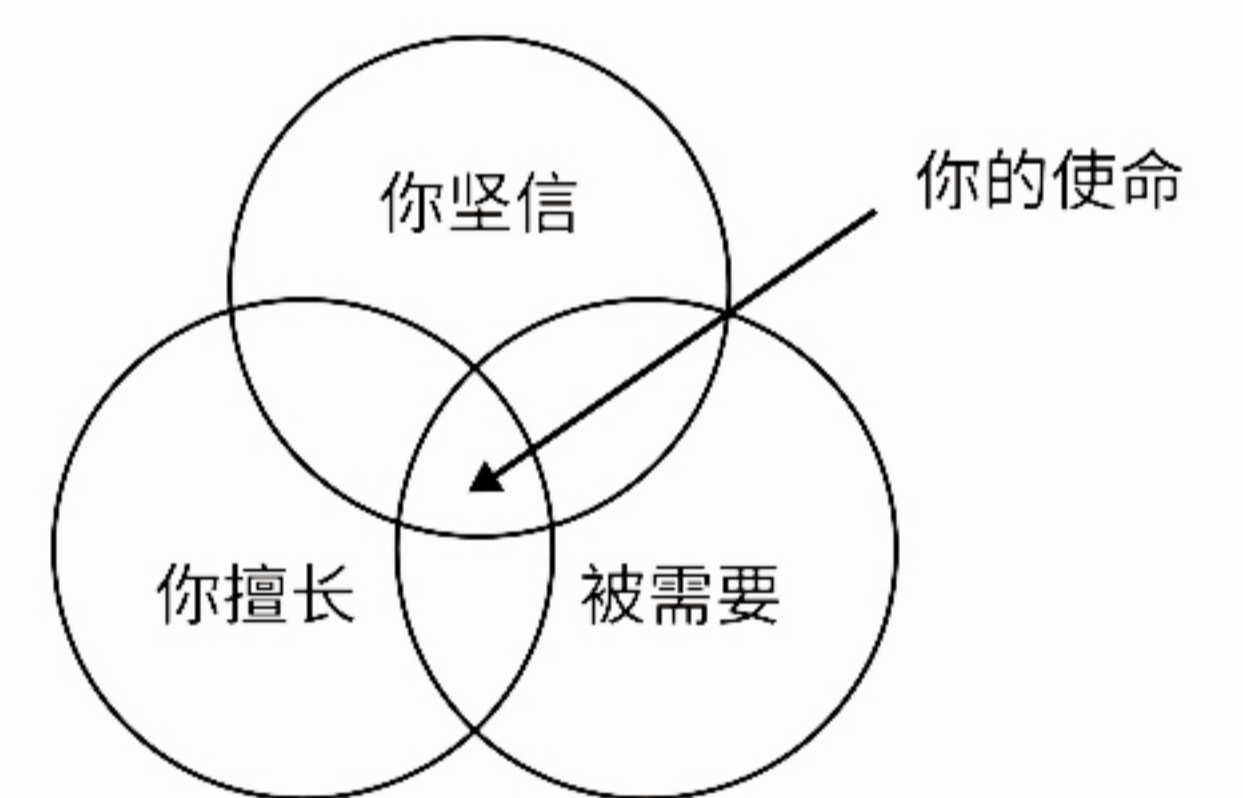
$$Z = Z^2 + C$$

需求三角

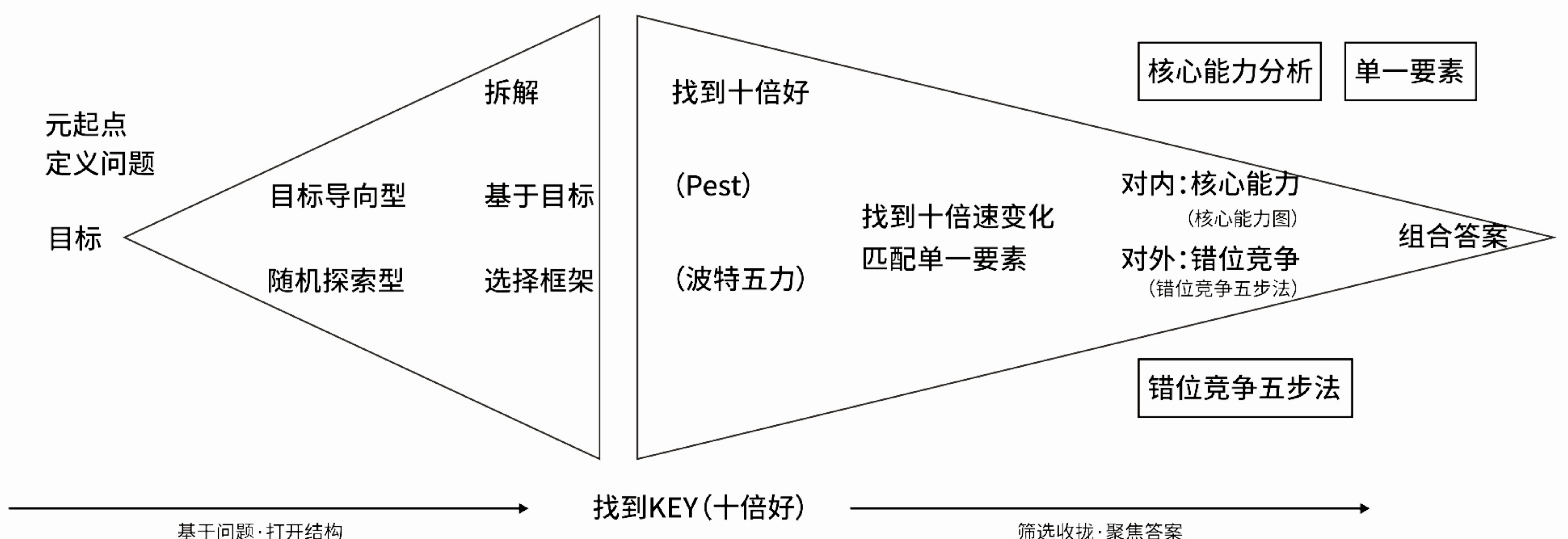


李靖(李叫兽)《破解消费者需求密码》

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

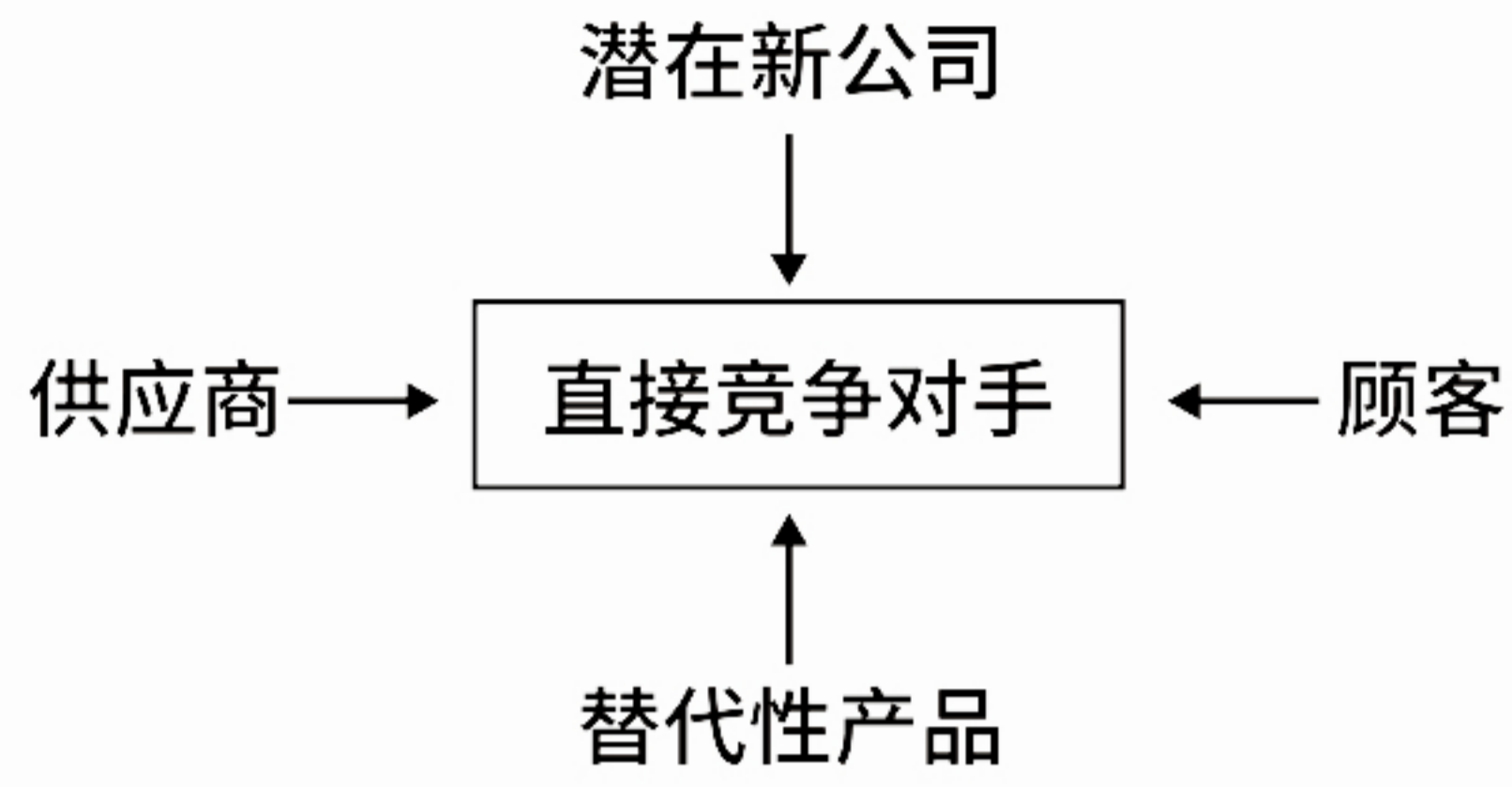
供需连之人货场模型

人 ——> 多快好省

货 ——> 人机料法环

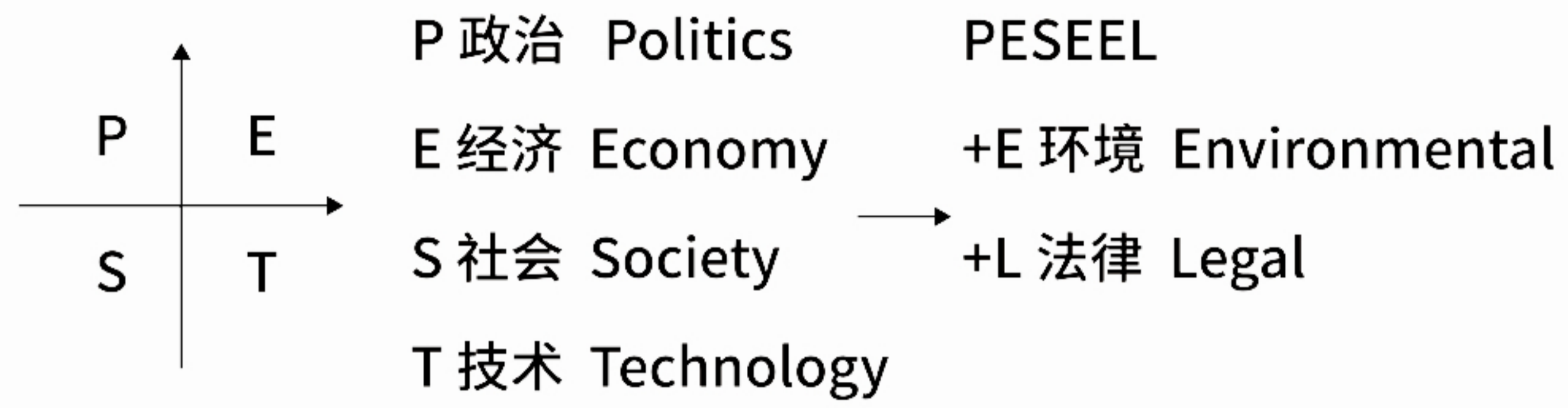
场 ——> 引流、触点、选购、支付、交付、售后

波特五力

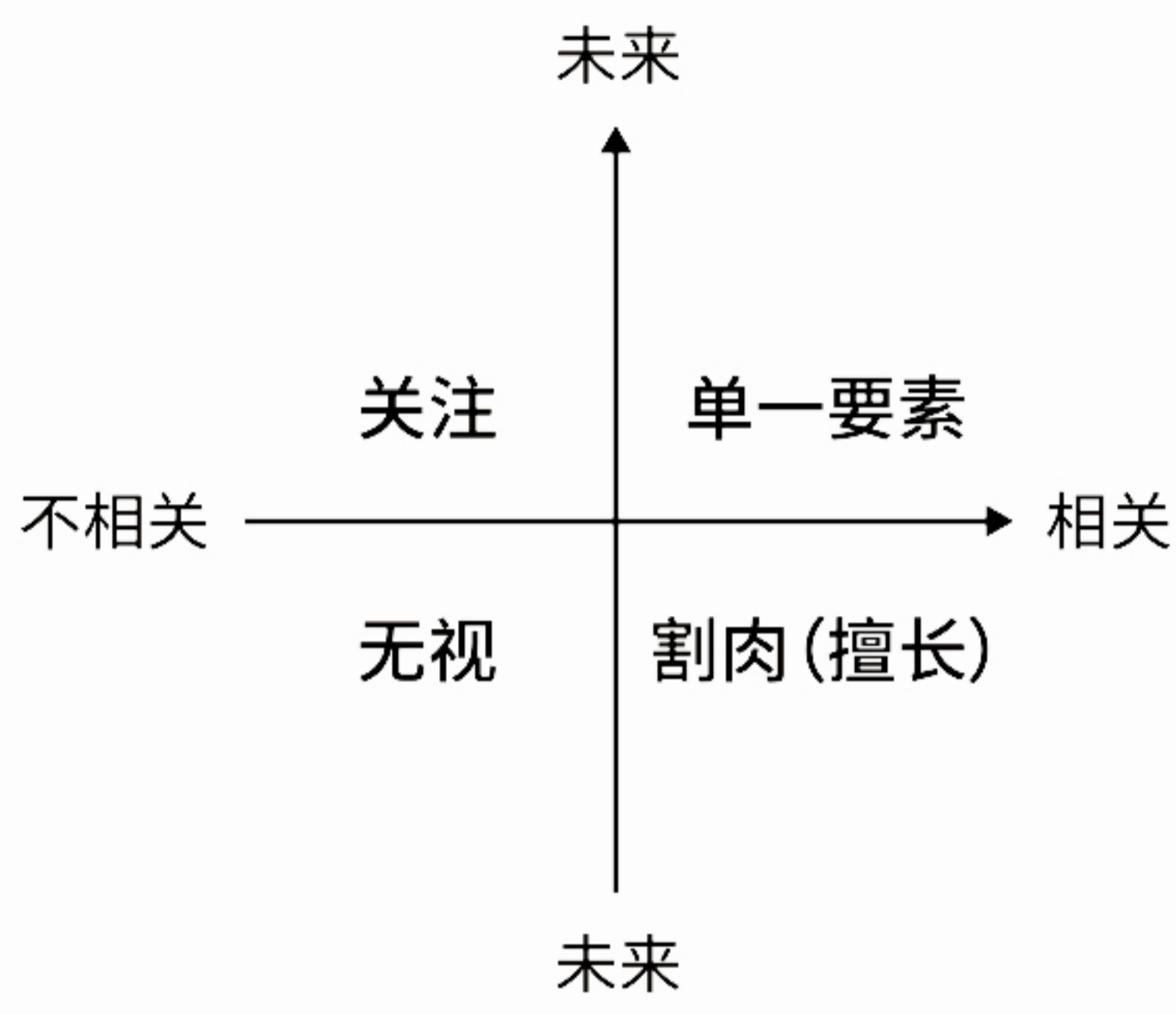


——《吴志祥:同程》

PEST分析法



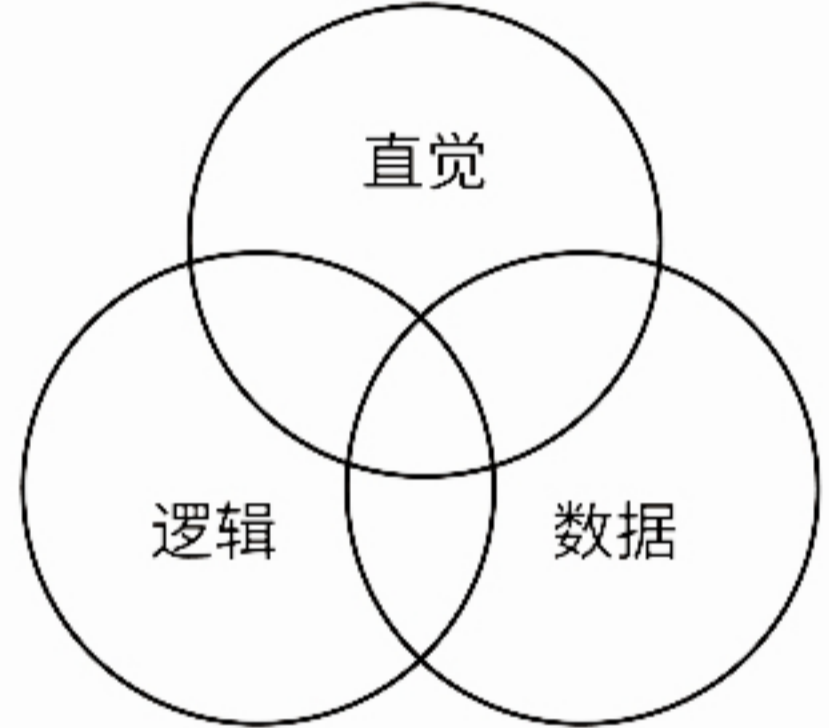
单一要素



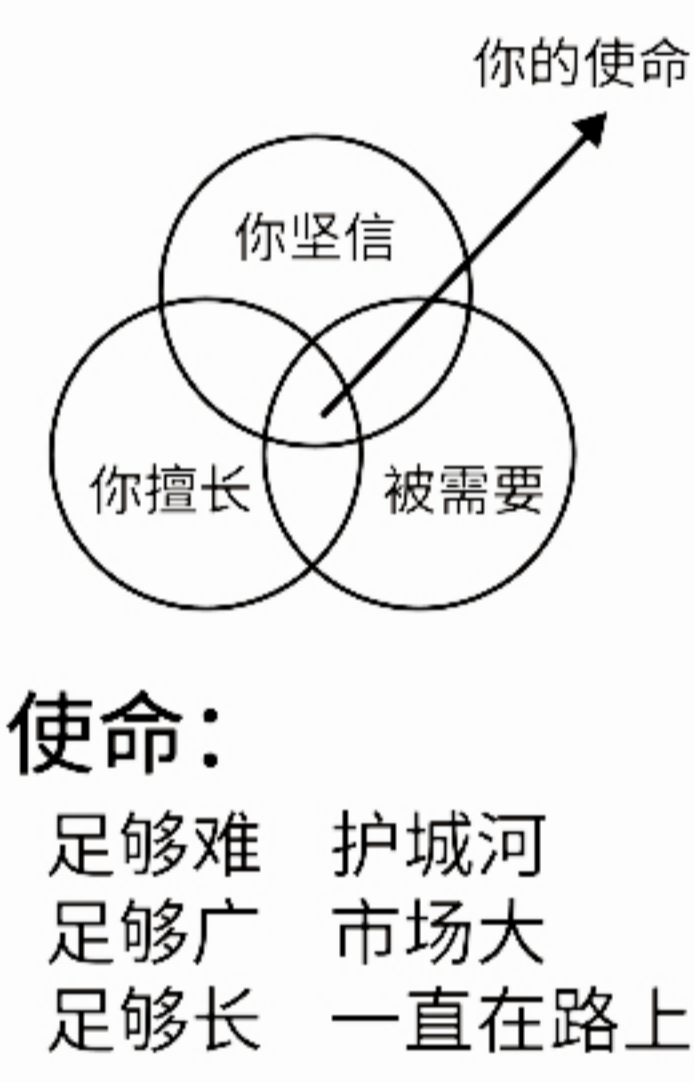
SWOT



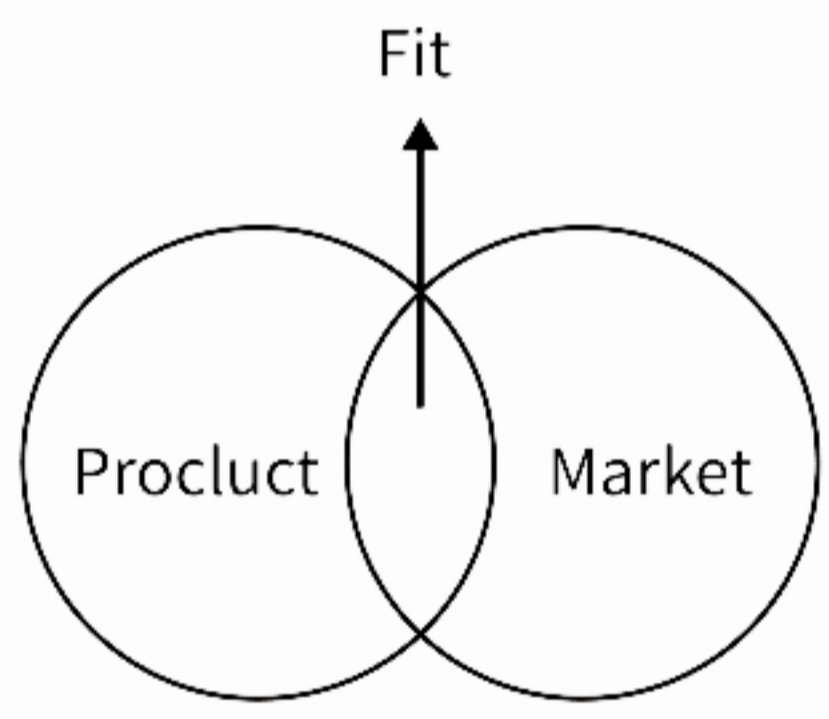
数据预测模型



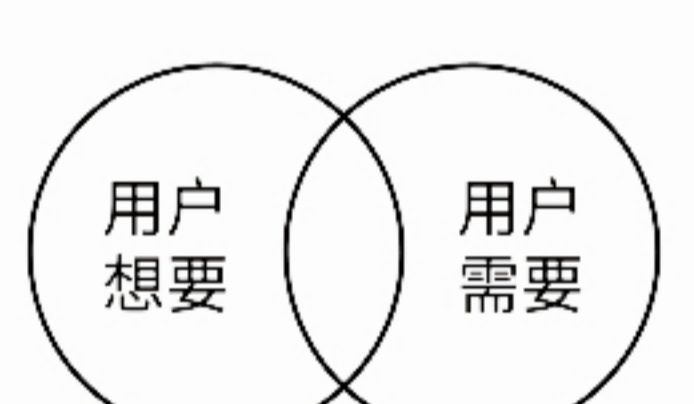
战略杠杆



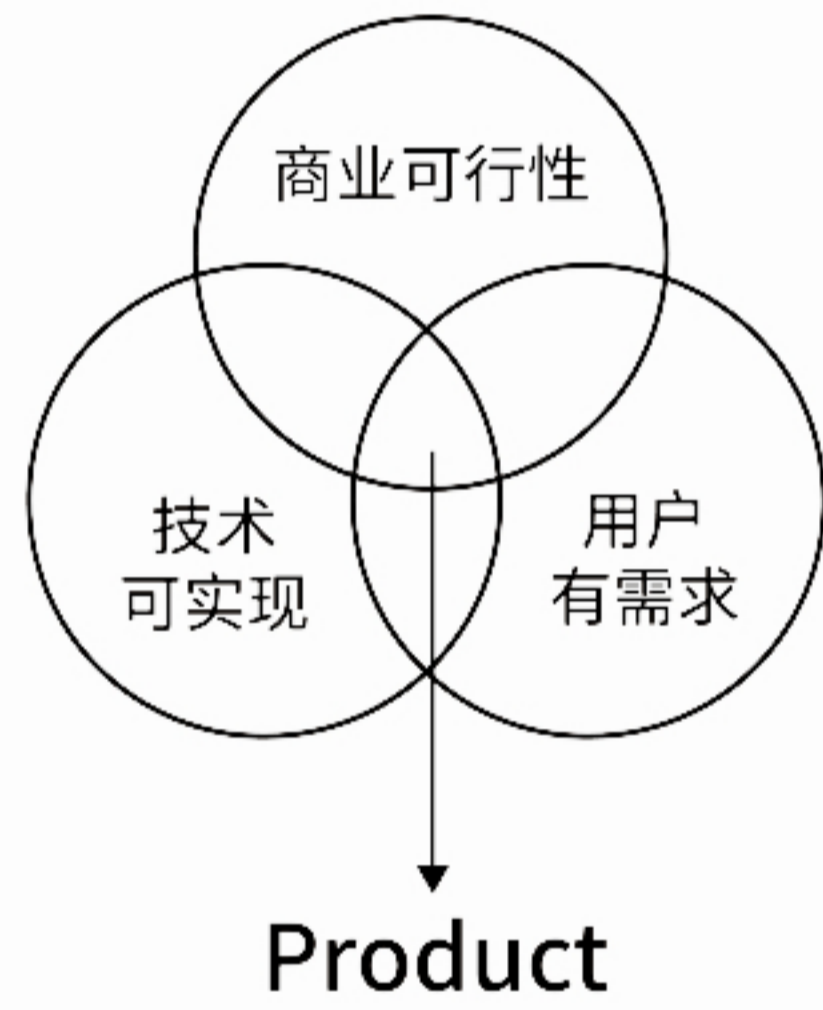
PMF



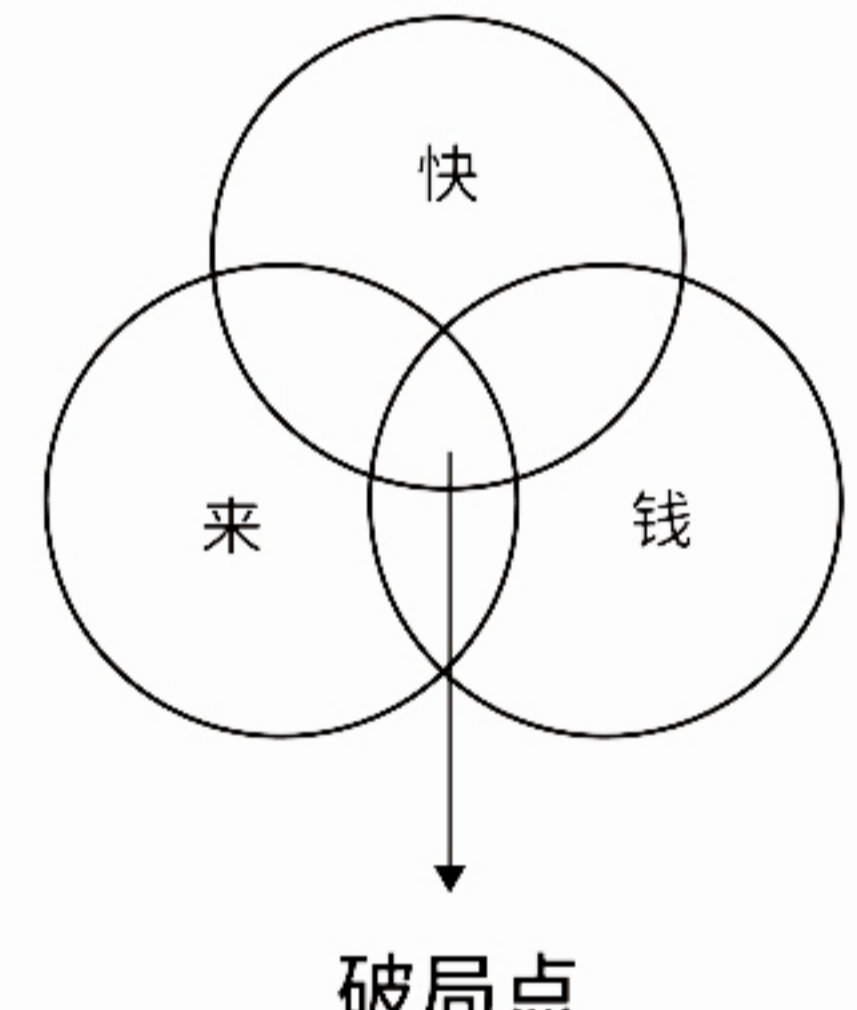
MVP



产品可实现模型



快来钱模型

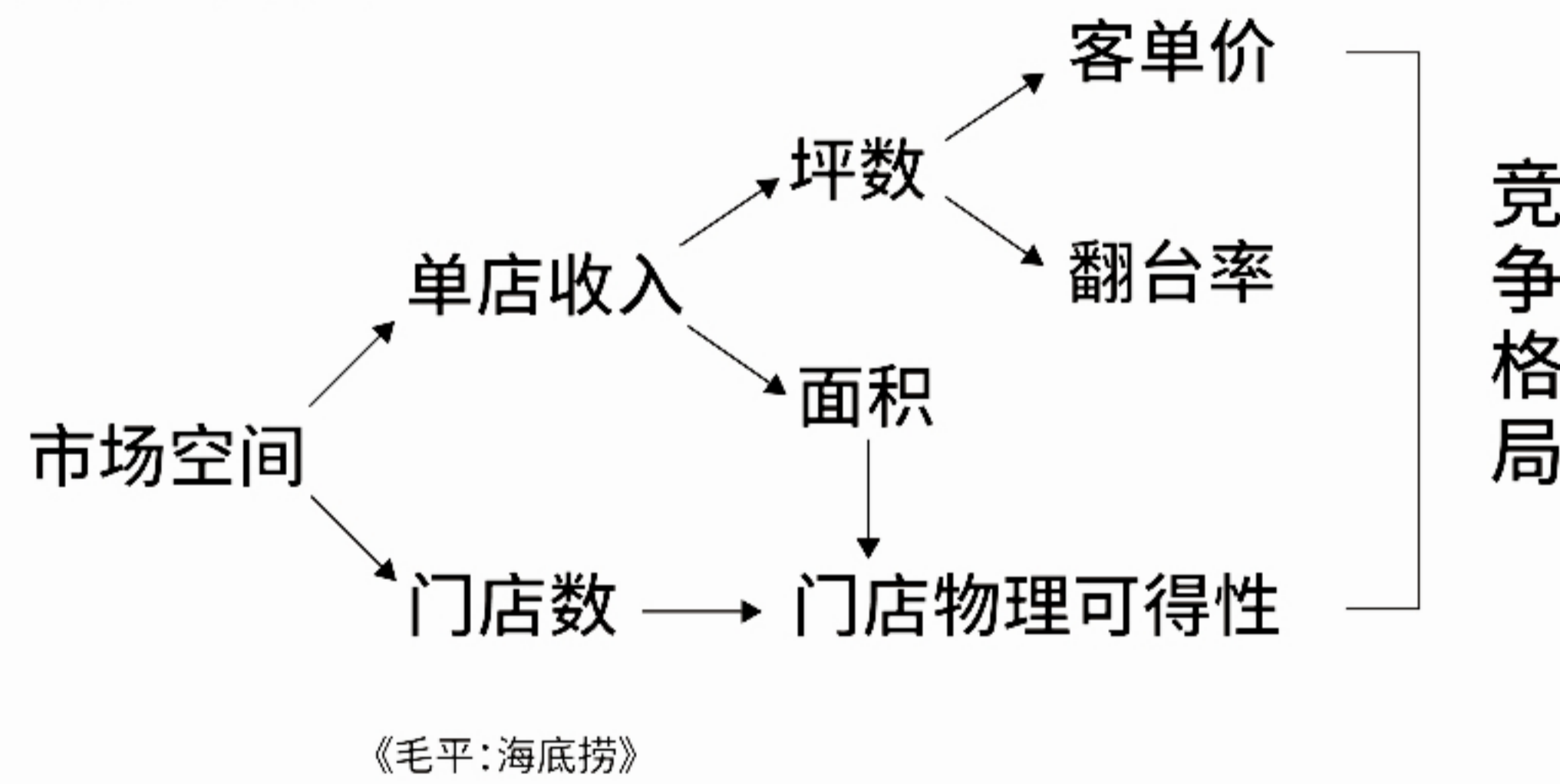


HBG模型

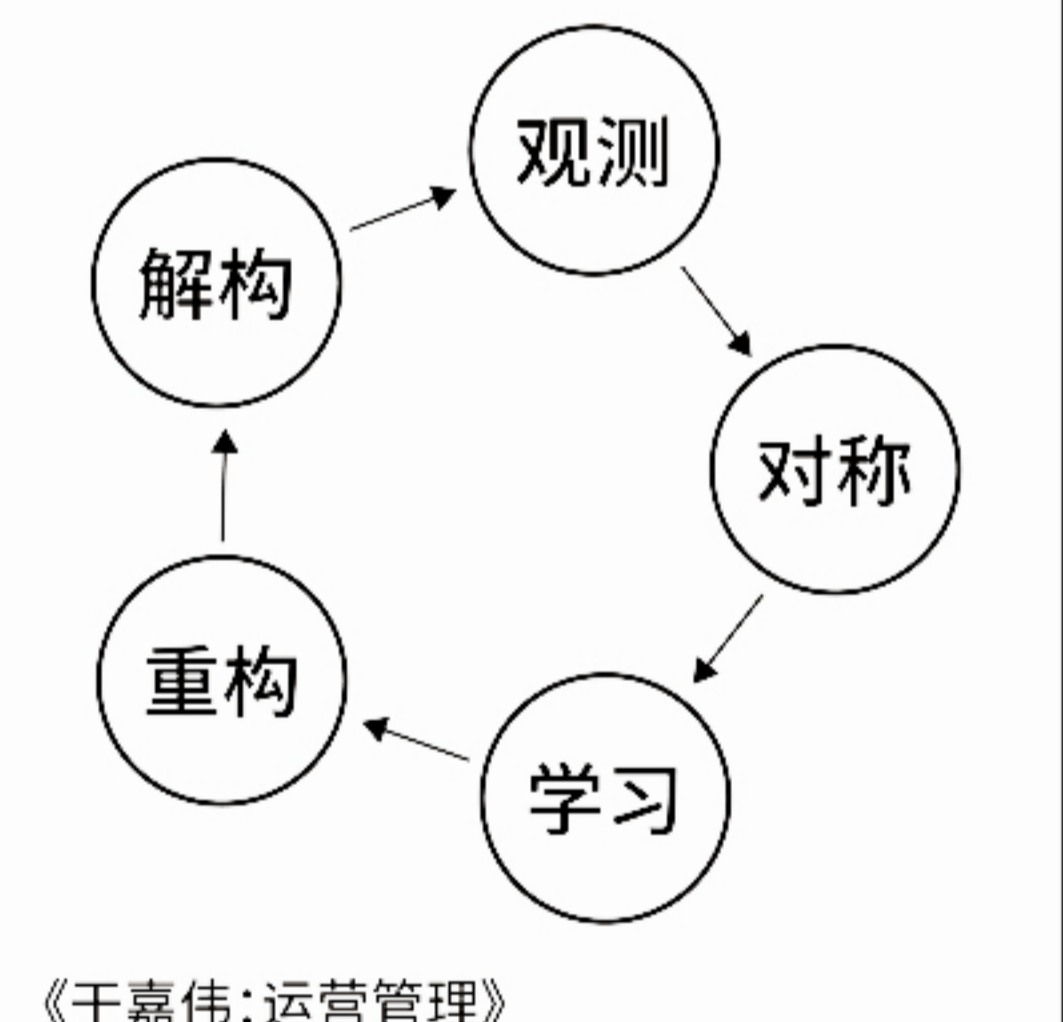
品牌增长 = 渗透率 x 想得起 x 买得到

《何亚彬:宝洁》

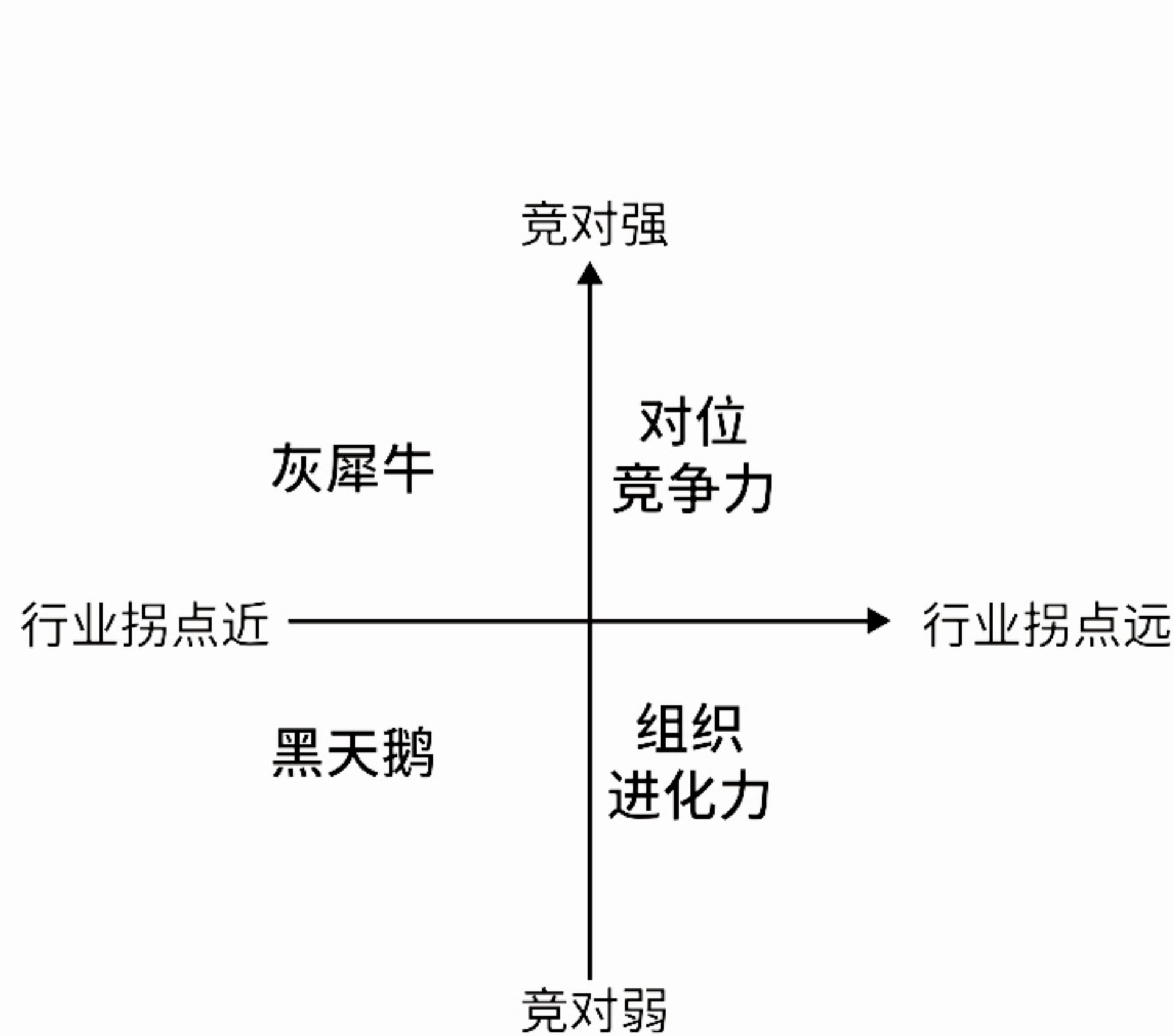
餐饮分析模型



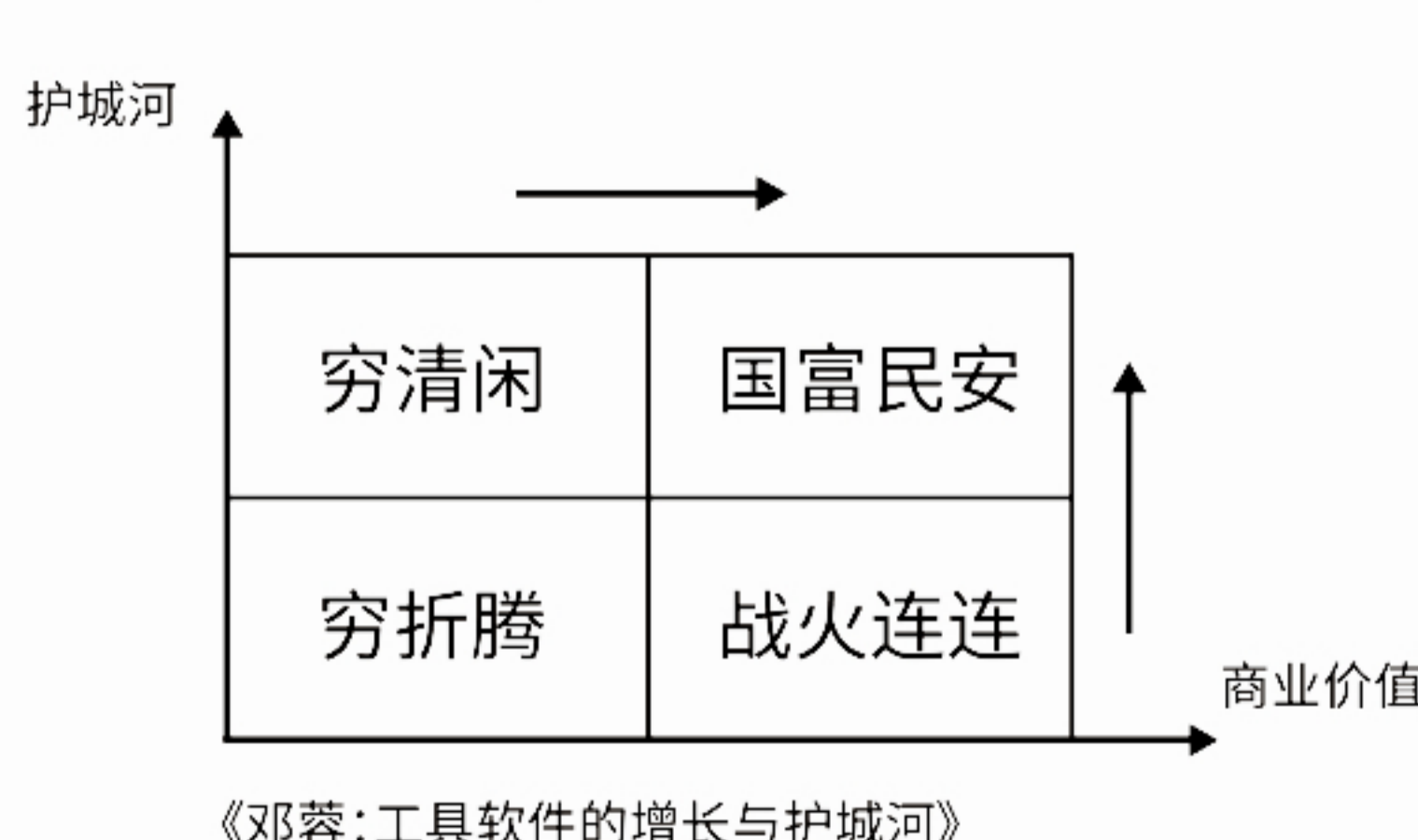
科学运营



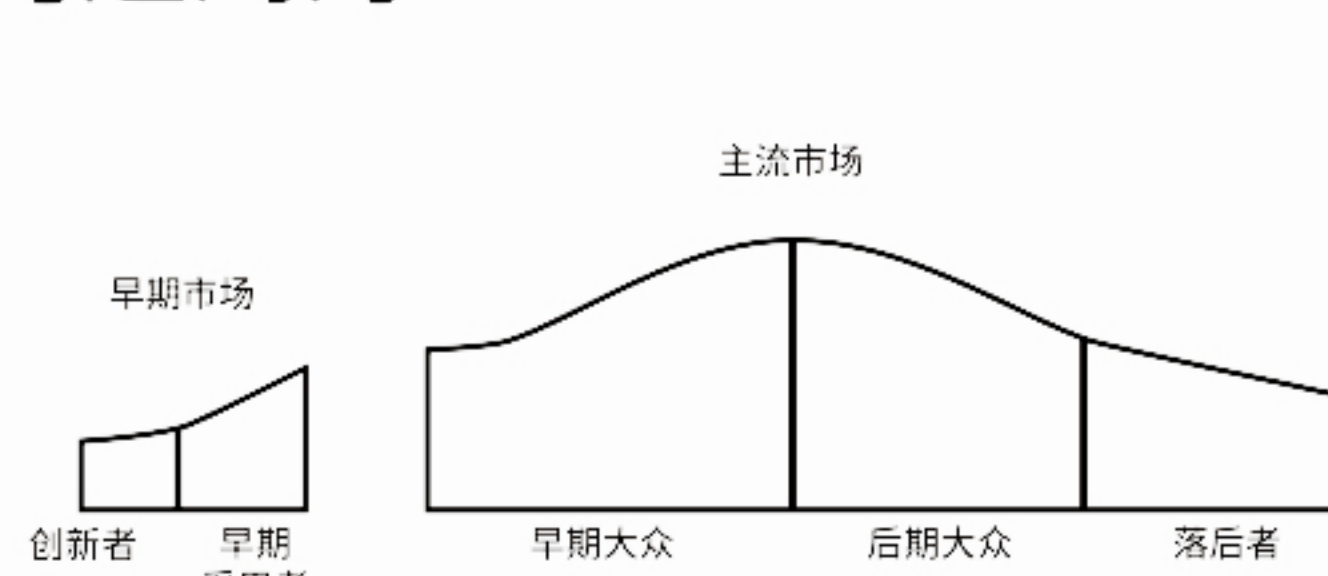
竞争对位模型



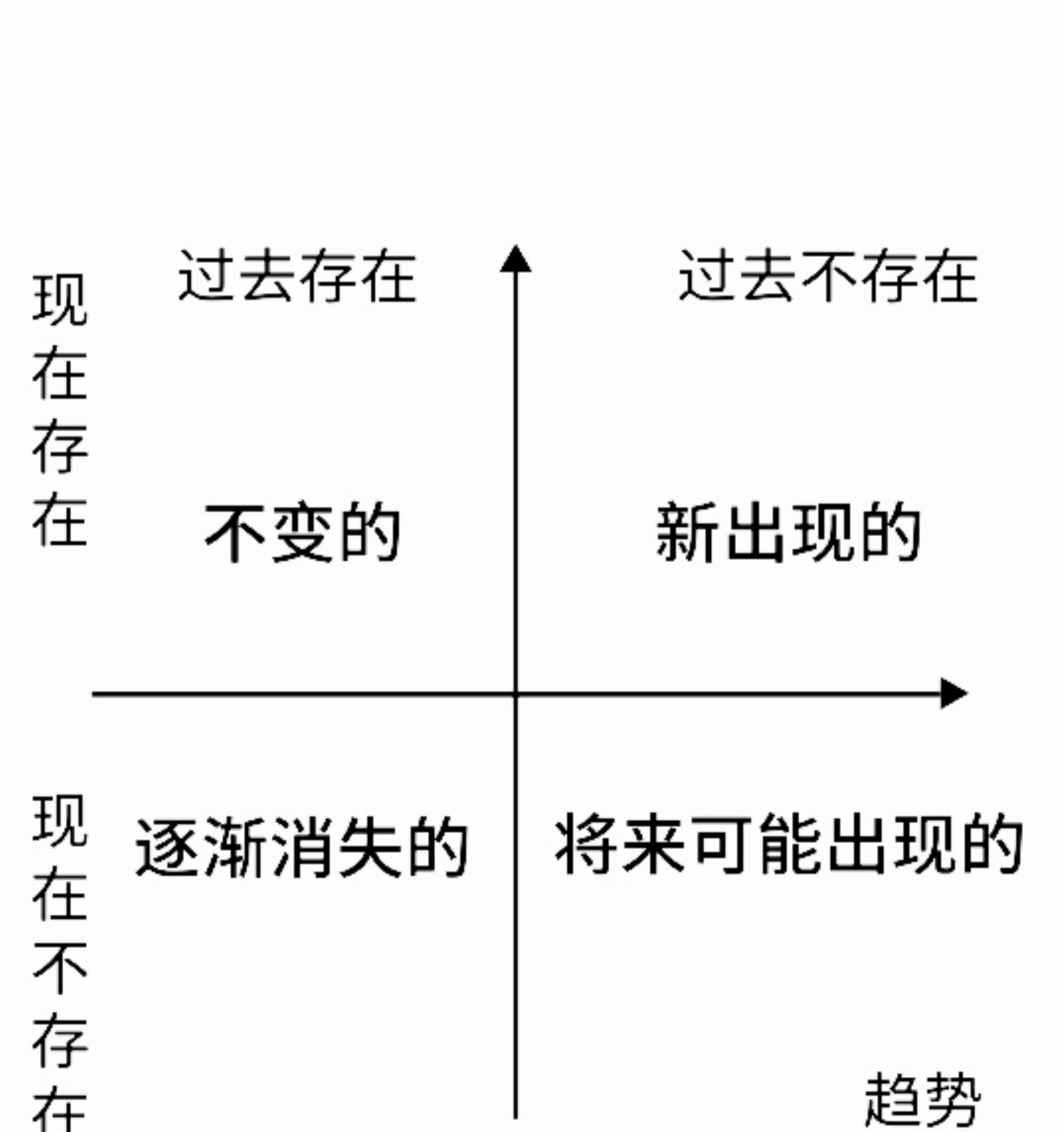
价值护城河四象限



跨越鸿沟



业务判断模型



竞争模块

边缘分化

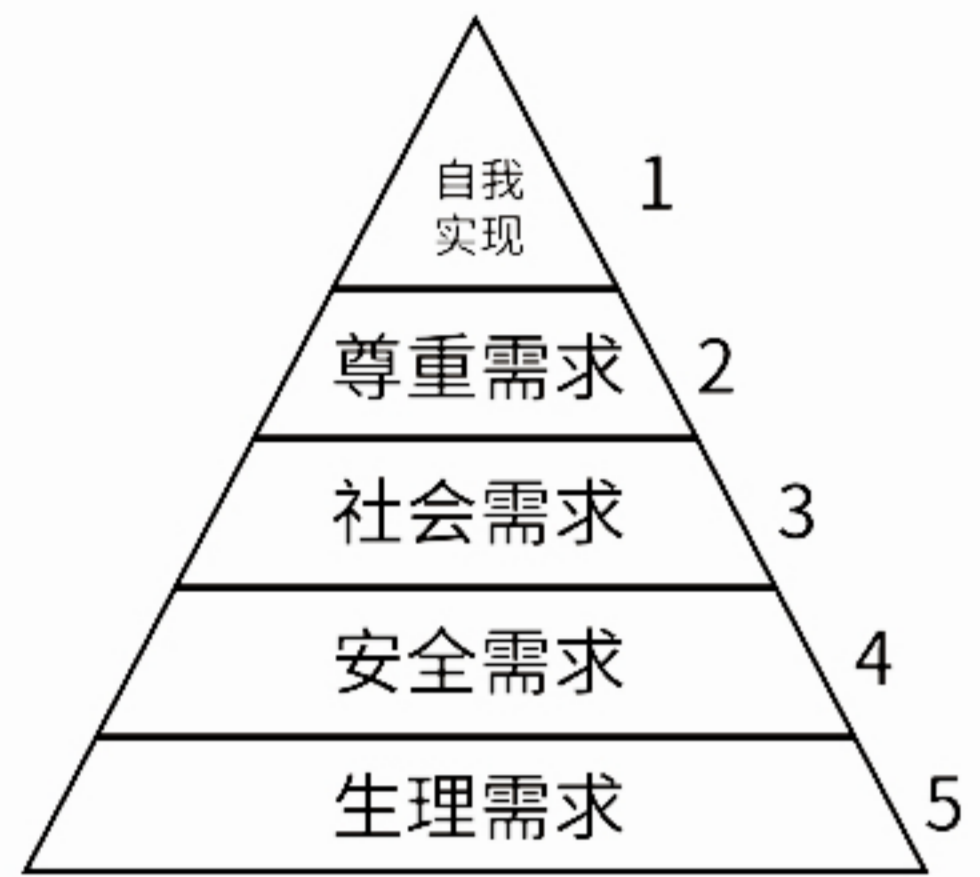
边缘市场三特点：

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》

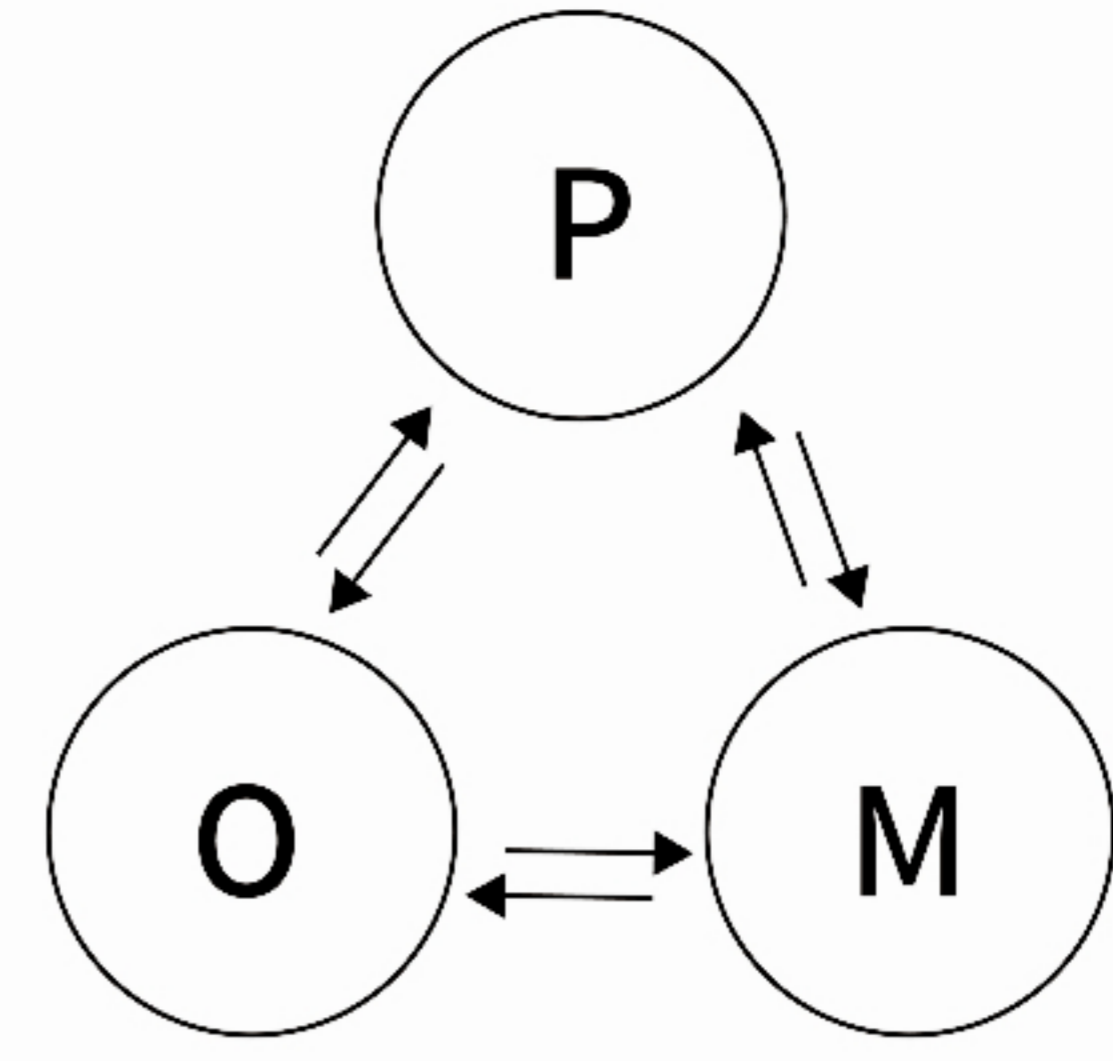
颠覆式创新需求识别

Just to be done
焦糖布丁 JTBD
(基础任务完成需求)

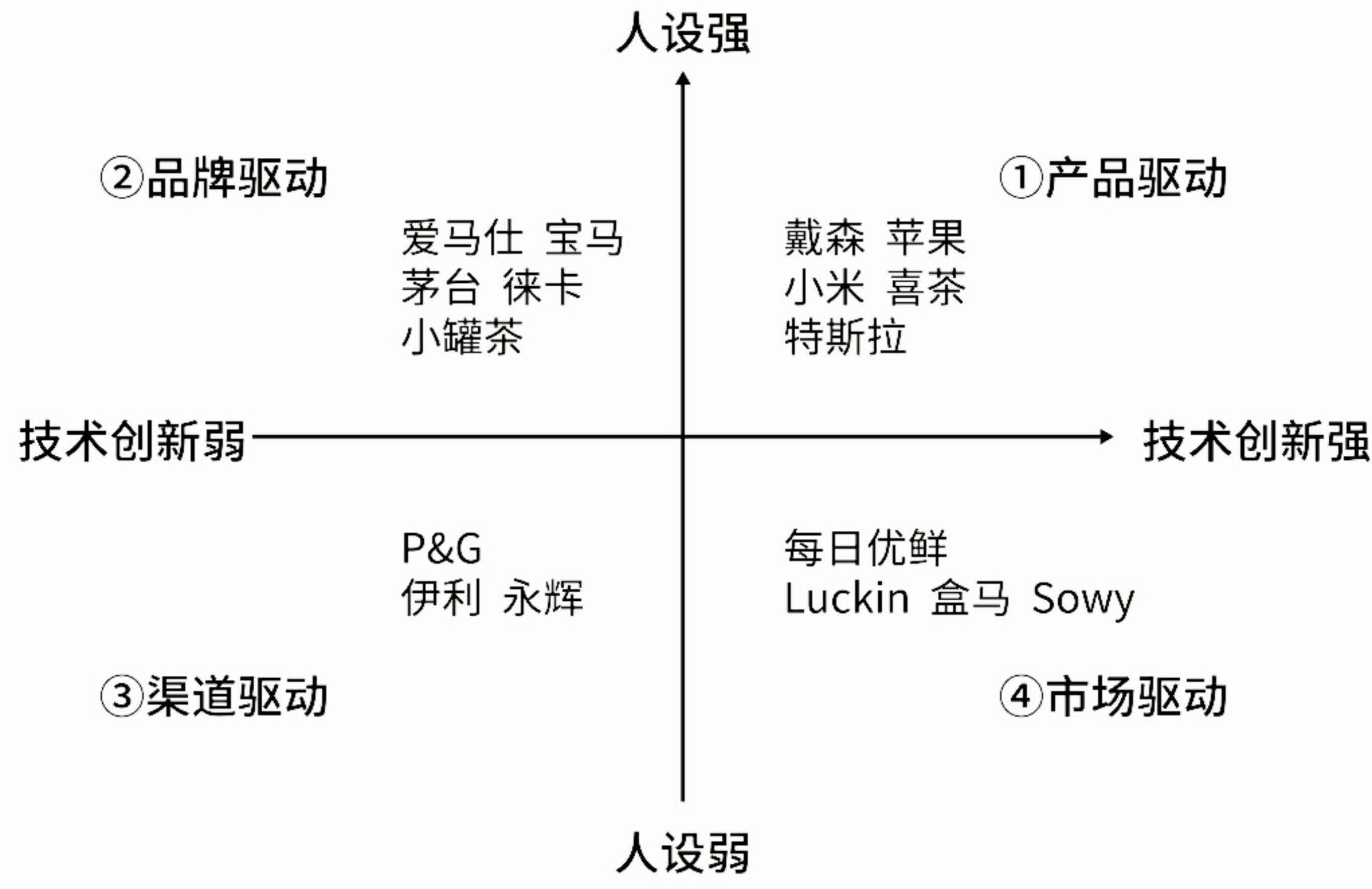
POM模型

- 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》

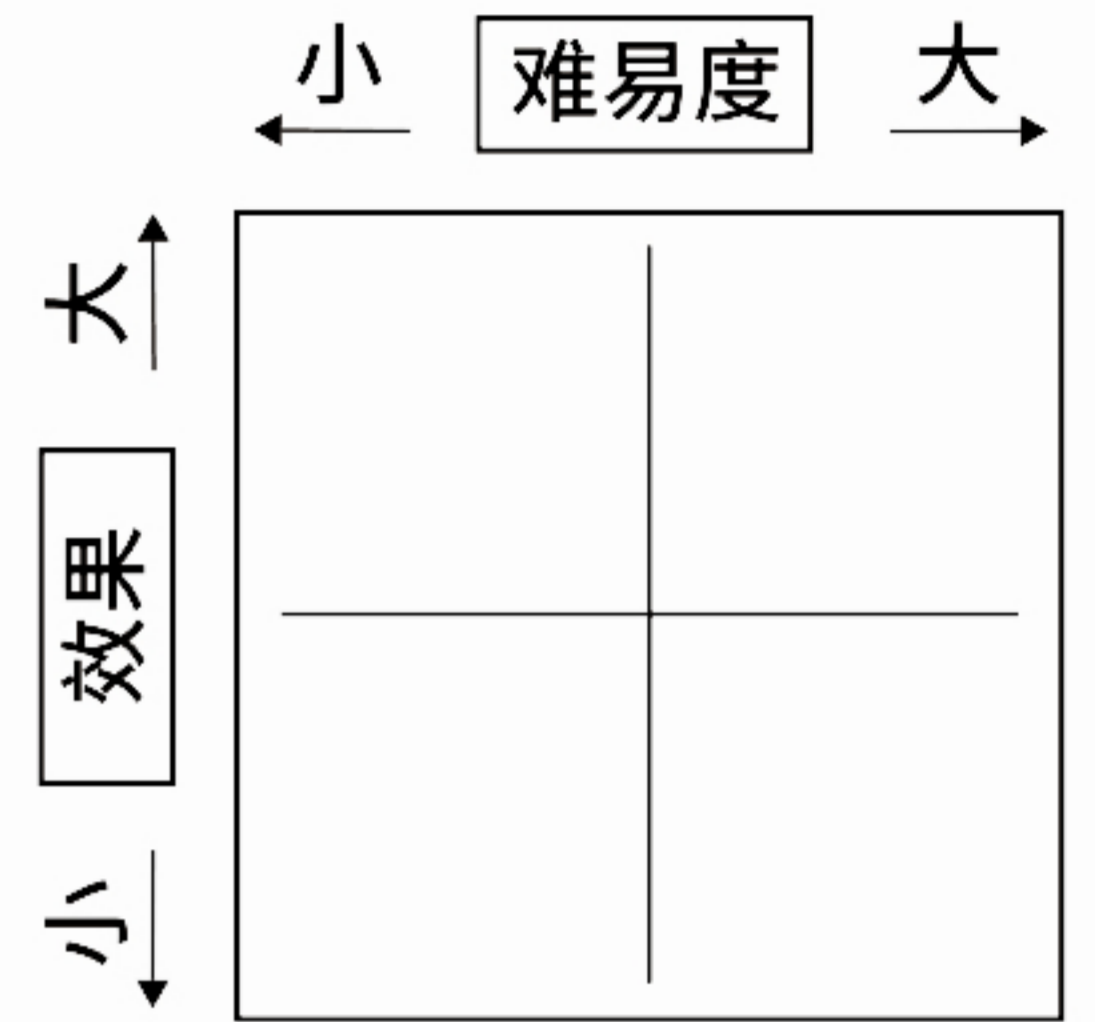


品牌绝对价值象限

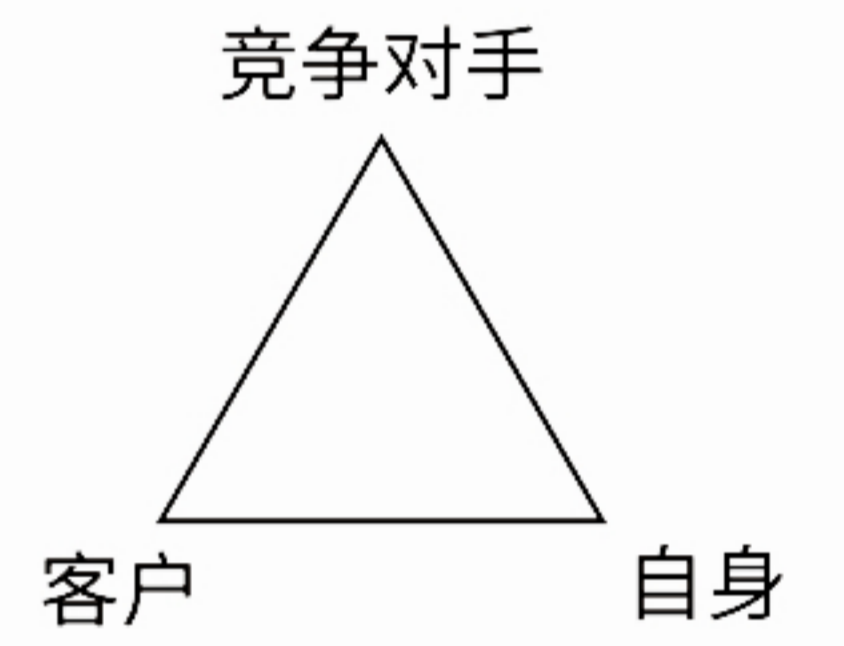


- ① P → O: 高性价比营销 : 高性价比营销
 - ② M → O: 品牌驱动 : 时间沉淀
 - ③ M → M: 渠道驱动 : 难以驱动P和O
 - ④ M → P: 市场驱动
- ①饱和式打击、确定性出、有钱人打仗 (Luckin、盒马)
②剑走偏锋 (拼多多、微商、社群)

报酬矩阵

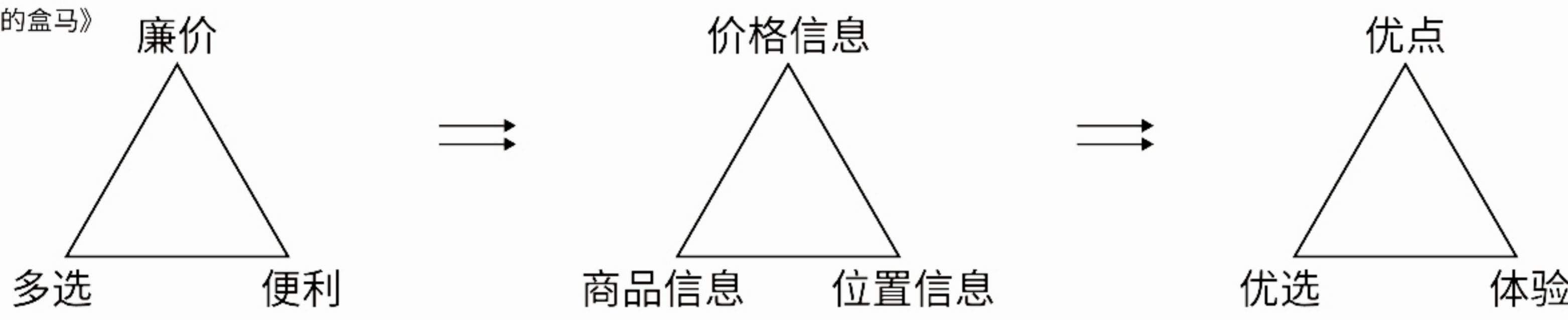


大前研一 战略三角



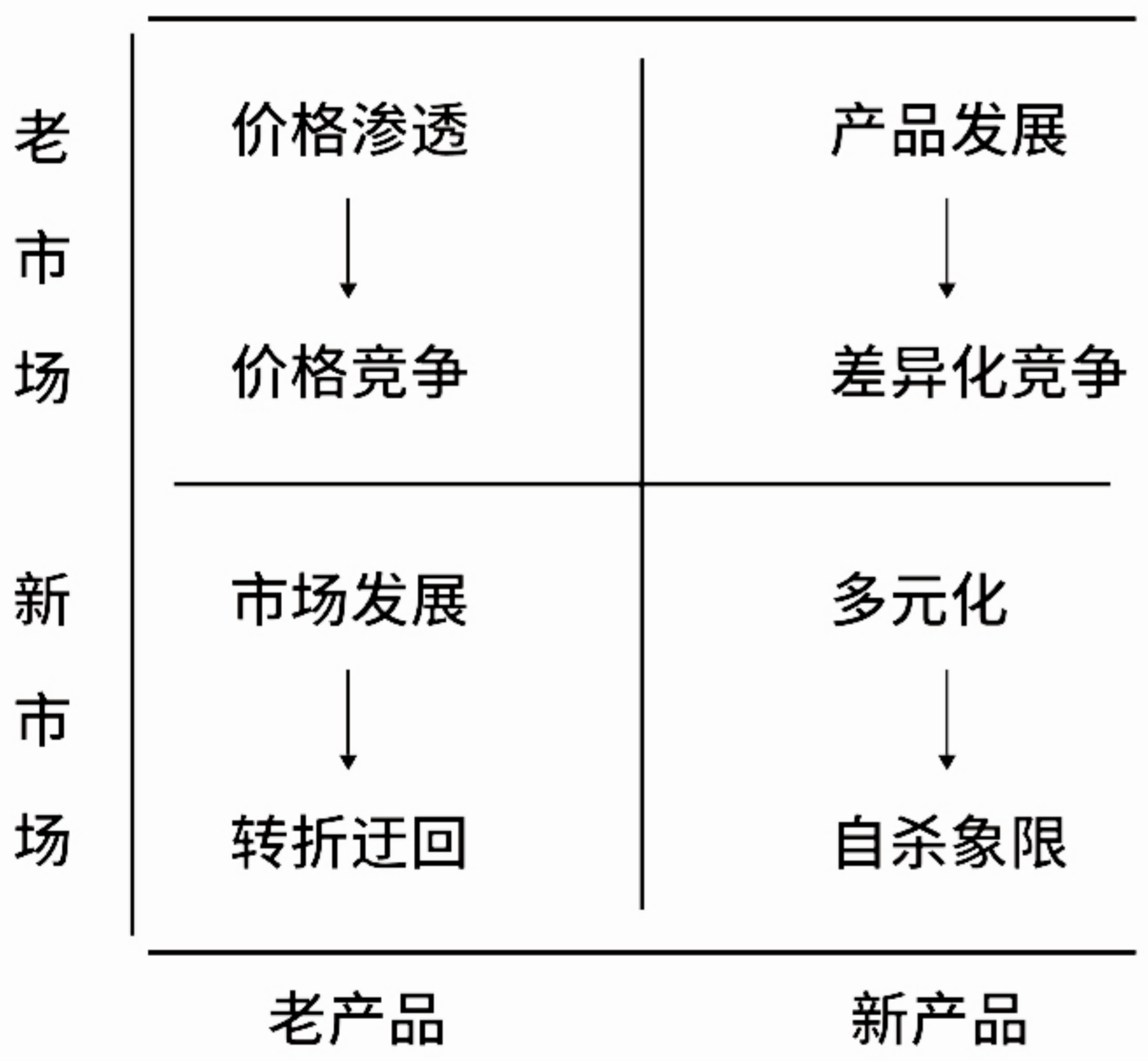
零售三角

《朱靖雷：阿里肩上的盒马》

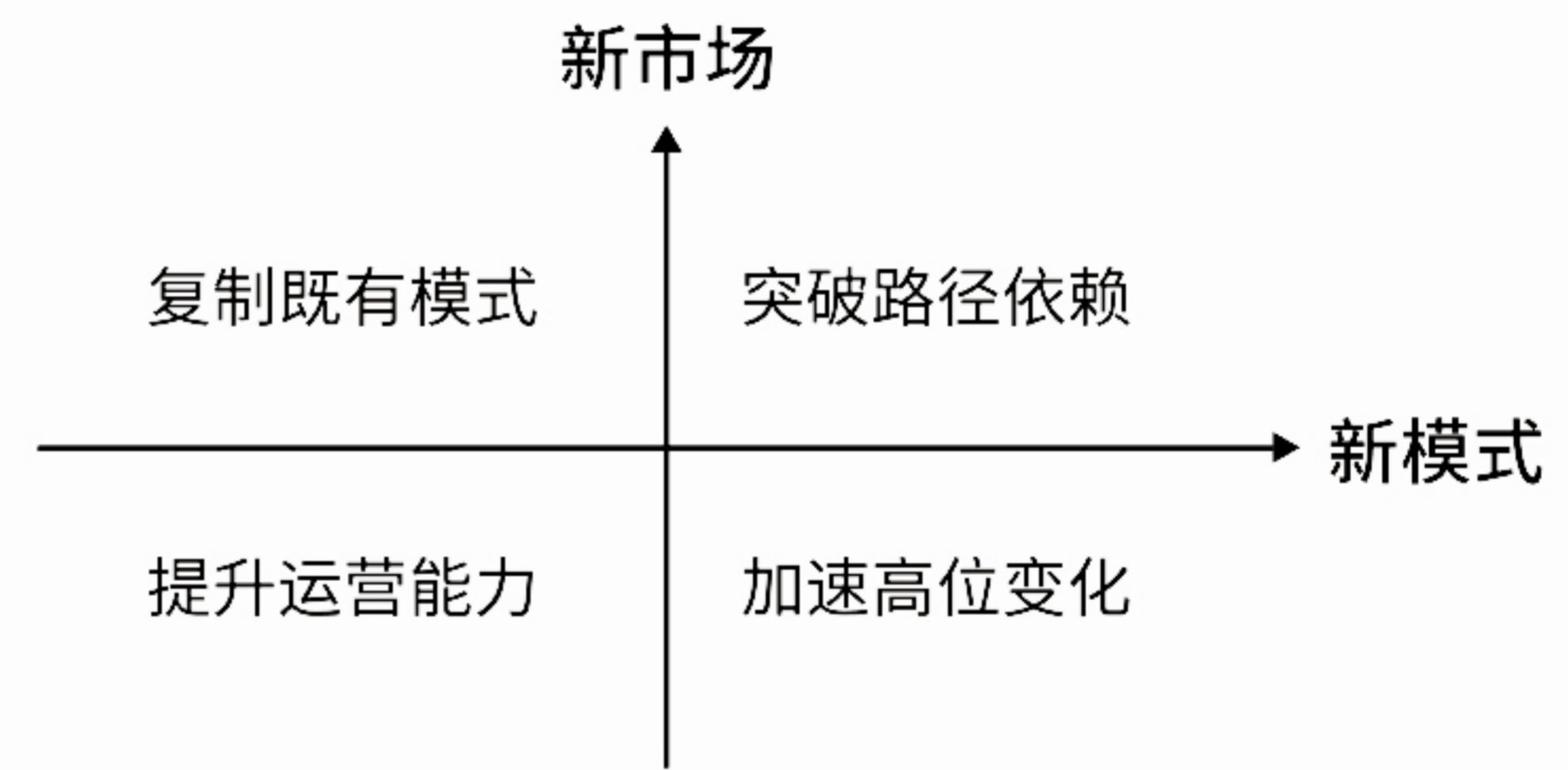


安索夫矩阵

《孙金云：趣头条》

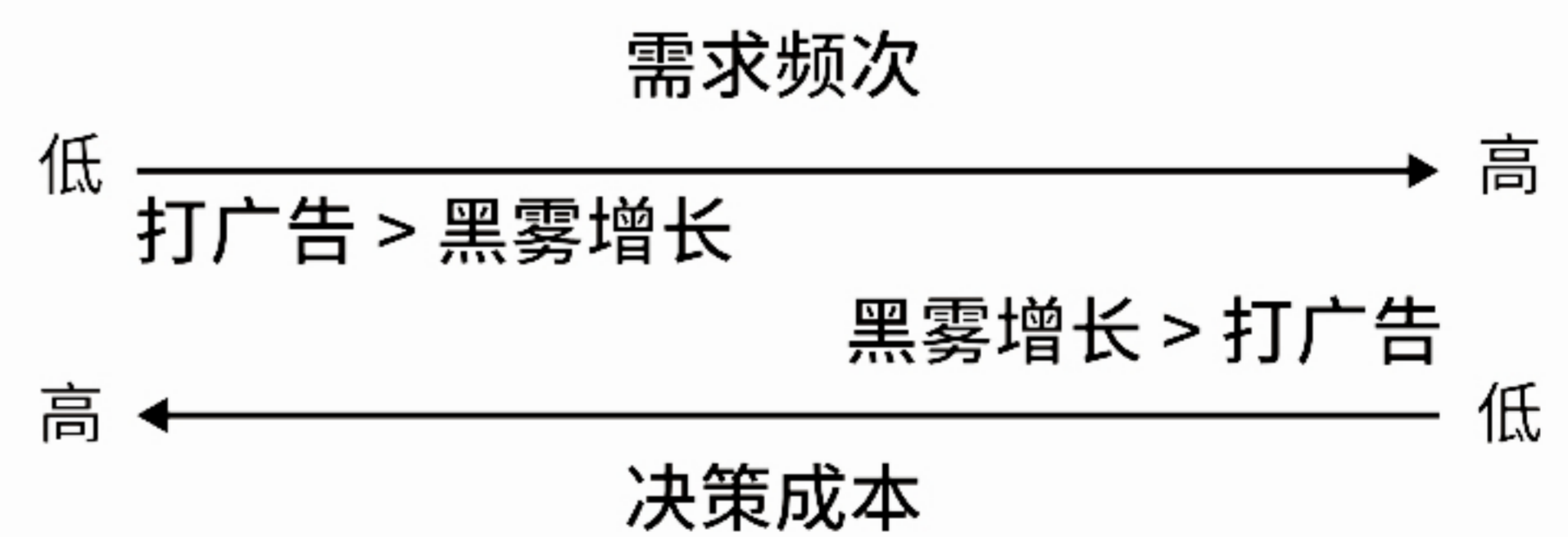


市场模式识别模型



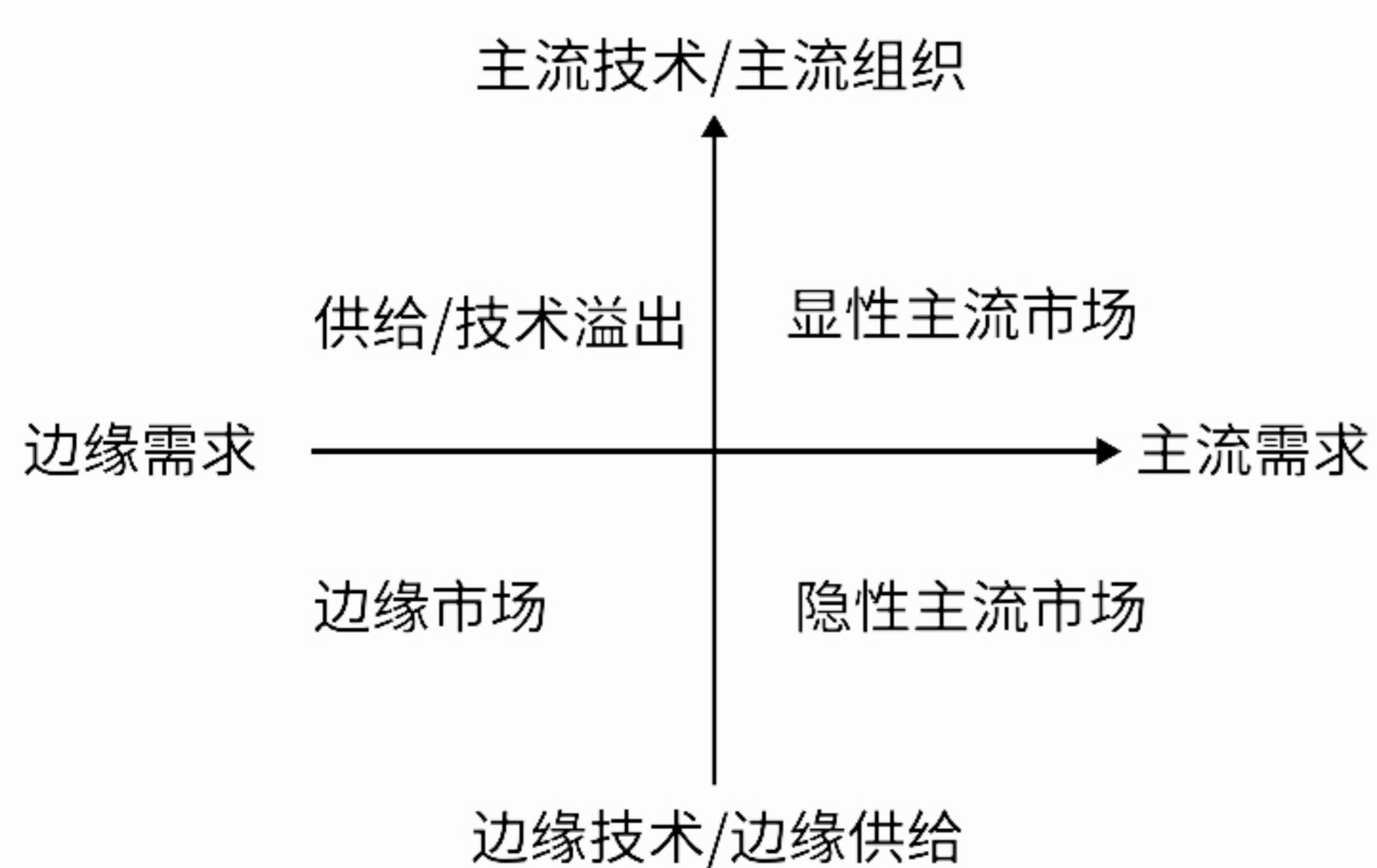
《沈拓：快手》

增长战略选择



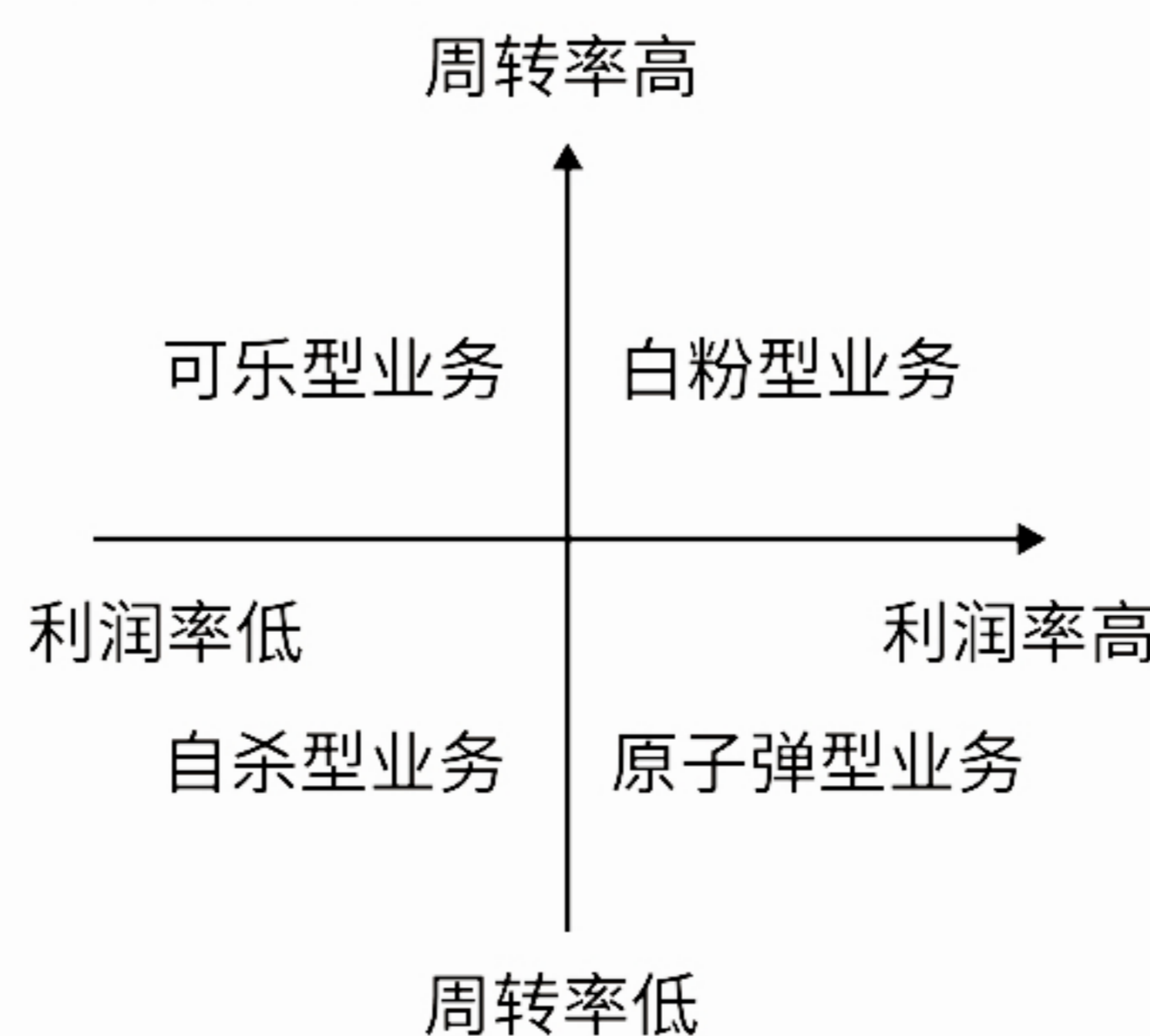
《陈璐：转转》

需求技术模型



产品矩阵

——李善友《颠覆式创新》



Matrix矩阵

