

【第一週】消費者趨勢分析和洞察如何應用到產品創新

◆ 課程簡介

任何一家具有策略思考的成功 ICT 公司，總是會問：未來的三到五年，消費者想要購買的產品和服務是什麼？他們會在哪裡購買？如何購買？而有效的策略規劃，也必須在計畫的前期做好思考、整合未來消費者偏好和行為趨勢。因此對於消費趨勢正確且即時的分析和洞察，往往將決定未來產品創新和行銷的成敗。本課程以深入淺出的方式介紹消費者趨勢和洞察的概念，從趨勢架構的建立，到如何實際應用到 ICT 產品創新和行銷方法的變革，甚至推展到品牌的連結，都將有助於強化產品企劃力與開發力，同時全面提昇企業品牌形象與競爭力。

◆ 課程大綱

- 趨勢和風潮的不同
- 了解趨勢的重要性的架構
- 何謂消費者趨勢和洞察
- 誰應該要了解消費者趨勢洞察
- 趨勢和洞察資料的管理
- 如何應用在產品設計和行銷
- 實務應用案例介紹
- 小組練習與分享

【第二週】品牌、定位、價值提案(與行銷法則)

◆ 課程簡介

一個好的品牌策略將促使企業成長，並且幫助公司聚焦和實現經營目標。強力品牌足以影響企業對內和對外的溝通方式，進而強化購買者整體的消費經驗。品牌不僅僅止於名字、形象、商標或者是口頭禪，它是企業對於客戶的承諾。當我們要創造一個品牌時，感性無形的體驗和實體產品有形的感受同樣重要，我們要傳達的是品牌價值的一致性。傳統的行銷活動是建立在以銷售為目標的基礎上，但是現代行銷是建立在品牌和定位的架構下，換言之，行銷不再只是增加市場銷售率(market share)而是提高在消費者心中的佔有率(mind share)。有哪些基本的品牌、定位法則，是不會隨著時空環境而改變的呢？透過本課程學員將藉由過去的案例來了解這些基本法則，進而和現在日常生活的實例結合，以判斷和體會這些法則的奧妙。

◆ 課程大綱

- | | |
|--------------|--------------------|
| ➤ 品牌的定義和效益 | ➤ 定位的意義和效益 |
| ➤ 品牌的分類 | ➤ 定位的策略和步驟 |
| ➤ 名稱、商標、標語 | ➤ 錯誤的定位 |
| ➤ 品牌的建立和品牌價值 | ➤ 定位成功的案例介紹 |
| ➤ 品牌體驗的五個階段 | ➤ 品牌、行銷、定位和價值提案的關係 |

- 品牌法則介紹(案例說明)

【第三週】(消費性)產品的創新關鍵

◆ 課程簡介

高獲利和高效率的產品創新，對於消費性的公司而言是達成高績效的重要關鍵。平均而言，在產品剛上市的階段，前百分之二十的公司相較於倒數百分之二十的公司，其新產品可以替其創造額外百分之二十的營收。高績效的公司之所以卓越與著名，其中一項重要的因素，就是不斷地推出新產品，而且其上市的速度，比一般競爭者要快上許多。顯而易見地，高績效公司已經找到了產品創新的關鍵要素，並持續不斷地練習和修正，以求完美和卓越，來贏得消費者的青睞。而其他公司則仍然處於掙扎的狀態，雖然花費很多的時間和精力，但成果卻不好。學習本課程將使學員了解，公司創新文化的養成的重要性，一般新產品上市失敗的原因，消費性產品創新流程與要點，和產品在不同生命週期中的策略重點。

◆ 課程大綱

- 為何要把創新當一回事
- 消費產品的分類
- 常見新產品失敗原因
- 創新的七種機會和分類
- 創新的十二種途徑
- 首創者的優勢和劣勢
- 創新氛圍的養成、構面和衡量
- 產品創新的流程
- 低預算的產品創新方式
- 結語：成功創新的關鍵要素

【第四週】團隊創意發想技巧和工具

◆ 課程簡介

你是否曾經羨慕俱有創意，而且好點子特別多的人呢？你是否也曾經認為創意是與生俱來的天賦，靈感有如曇花一現，可遇而不可求呢？其實創意思考是一種可以經由適當引導和練習而獲得的技能。創意和人才是公司最重要的資產，缺乏創新的公司猶如一灘死水，難以突破現況進而創造價值，員工競爭力亦將隨著外在環境的變化而相形見绌，最後將導致企業缺乏競爭力，獲利空間驟減，終致失敗。本課程著重於創意發想的常用原則和方法，讓任何人都可以藉由練習輕鬆地找到好點子，把問題轉化成機會，同時激發個人和組織開放性的創造思考能力。

◆ 課程大綱

- 何謂創意？如何衡量一個人創意的標準
- 適合創意激發的場所和參加成員的組合
- 常用創意思考方法介紹
- 培養創意思考習慣的方法
- 企業創新文化的養成
- 創意產品實例分享和小組練習

- 腦力激盪活動的準備
- 創意引導人的任務及輔助教具
- 參與者的心態和必須避免的錯誤
- 團體腦力激盪的效益
- 創意的整理、過濾、篩選和評估

【第五週】吸金(睛)商業企劃書撰寫要訣和簡報技巧

◆ 課程簡介

在大環境景氣不佳的情況下，有心想要贏得更多商機的公司，更需要用心撰寫商業企劃書。雖然它不能保證企業一定能夠贏得商機，但至少讓企劃者在藉由撰寫的過程中，思考並陳述公司所能提供的產品和服務，並且審視各個環節是否有不足及尚待改進之處。如果沒有架構和思考企劃書，便貿然從事競標活動，就好像還沒決定目的地，就出航一般，可能會有許多出乎意料之外的結果，增加失敗的機率，浪費人力和資源。本課程將以深入淺出的方式，帶領學員學習如何撰寫一份摘要式的成功商業企劃書，因為它不但是競標的藍圖，同時也是企劃人員對外簡報的重要依據。而簡報方式，可以成就，也可毀滅企劃書的內容，甚至簡報者的職涯，所以不可不知其中的竅門。

◆ 課程大綱

- 商業企劃書的類型和目標
- 好企劃案的效益
- 要競標提企劃書嗎？
- 企劃書的思考架構(6W/2H/1E)
- 企劃書的基本內容
- 產品的價值提案
- 企劃書的撰寫要訣
- 做簡報常犯的錯誤
- 準備前的自問題
- 準備階段：聽眾分析、簡報結構和內容
- 其他硬體檢查
- 開場、主軸、結尾
- 處理提問

【第六週】致勝履歷表速成和面試技巧要訣

◆ 課程簡介

畢業即失業嗎？在高失業的時代，如何在求學時期就開始準備日後求職所需的技巧和資料，將有助於提高求職的成功率。透過本課程學員將了解撰寫履歷前的準備工作，撰寫時必須注意的事項，及寄

出應徵前最後的檢查項目。當然如何寫一封文情並茂的求職信來引起雇主的興趣，更是不可掉以輕心。面試時如何克服緊張的心理障礙，能和雇主輕鬆對談，留下良好印象，進而被錄取，都是社會新鮮人必須知道的基本功課。

◆ 課程大綱

- 履歷表的意義、目標和種類
- 招募者在尋找什麼？
- 開始撰寫和設計
- 履歷表撰寫原則
- 履歷表的內容
- 履歷表版面設計
- 履歷檢查清單
- 求職信
- 如何撰寫令人印象深刻的求職信
- 成功面試的流程：準備、面試、感謝函
- 基本面試穿著和禮儀
- 面試必考題
- 常見面試無法通過的原因
- 實務案例分享