

創業管理、策略與創業基本概念

趙 永 祥 博士

課程大綱

1. 自我資源及優勢盤點
2. 成功的網路創業流程
3. 創業商業(獲利)模式的建立與發展
4. 行銷觀念介紹
5. 創業的策略與步驟



It's willing to learn.

意念改變事實,只要你肯學,萬事!

課前先Check in

- 1.我為何要在這裡?
- 2.我想學什麼?

課後再Check out

- 1.我今天學到什麼?
- 2.我回去要怎麼做?

- 建立共同願景(Building Shareol vision)

創業家與創業精神



- 按拇指遊戲
 - 兩人一組
 - 按住對方拇指一次計數一次
 - 時間1分鐘內
 - 看誰最多下

共同願景提供學習的焦點與能量，有了衷心渴望實現的目標，大家會努力學習，追求卓越

創業前四問

Q1：為什麼想創業？

Q2：經營這份事業的成就價值在哪？

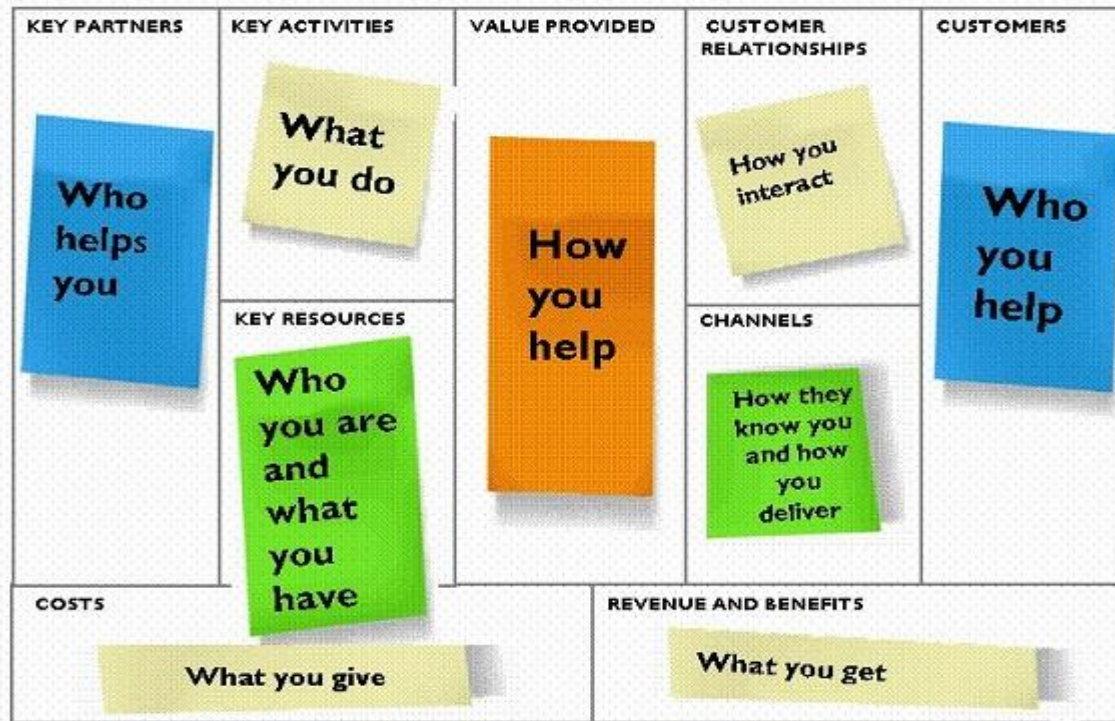
Q3：這份事業對人生的價值與意義在哪裡？

Q4：有思考過該怎麼做才能成就終身事業？



○觀察=>模仿=>練習=>內化=>創新

一個成功商業模式



月餅券銷售商業模式(1)

- 某月餅廠商印一張100元的月餅券
- 以65元賣給經銷商
- 經銷商以80元一張賣給消費者A
- 消費者A將月餅券送給消費者B
- B以40元一張賣給黃牛
- 廠商最後以50元一張向黃牛收購



月餅券銷售商業模式(2)

- 經銷商賺15元
 - 消費者A 省20元花了80元送了名義價值100元
 - 消費者B 不提領下賺40元
 - 黃牛賺10元
 - 廠商 不生產最後賺15元
- 請問: 結果是不是多贏局面?



沒生產月餅，廠商賺了15，經銷賺了15，A花了80元送了名義價值100元的人情，B賺40，黃牛賺10。

自我資源及優勢盤點

創業規劃 = 知己 + 知彼 + 抉擇

專業

知己
(自我)

- 能力 經驗
- 興趣 性向
- 特質 健康
- 價值觀

超越巔峰

影片欣賞

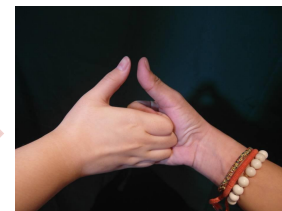
人脈

知彼
(環境)

- 社會經濟狀況
- 人力供需情況
- 行業性質與條件
- 創業機會

抉擇

- 分析、比較
- 做決定
- 創業計劃行動



願景+信念+決心+感謝+有效率的行動=成功

- 進一步解說，就是只要一個人能...
- 明確知道自己要的是什麼、能在心中清楚地「看到」，並且每天在心中描繪自己真正想要的人、事、物的圖像（願景）
- 不管現狀多糟糕、看起來多沒有希望、距離自己的夢想有多遠，都完全相信自己必定會得到想要的一切，沒有任何的懷疑與恐懼（信念）
- 作下「不達夢想絕不罷休」的決定（決心）。
- 每時每刻都為自己已經擁有的一切，對宇宙表達感謝（感謝）
- 每天懷抱著願景，運用信念與決心的力量，做到當天能做到的所有事情（有效率的行動）

成功的網路創業流程

- 一開始不是找產品，而是找客戶！
以網路創業來說，在網路上先做市場調查，找到一個有潛力的市場
並且把此市場中的潛在客戶抓出來，接著才是找到他們想要的產品賣給他！

先找到客戶，再順便賣他們想要的產品給他們

一個小小先後次序的流程改變

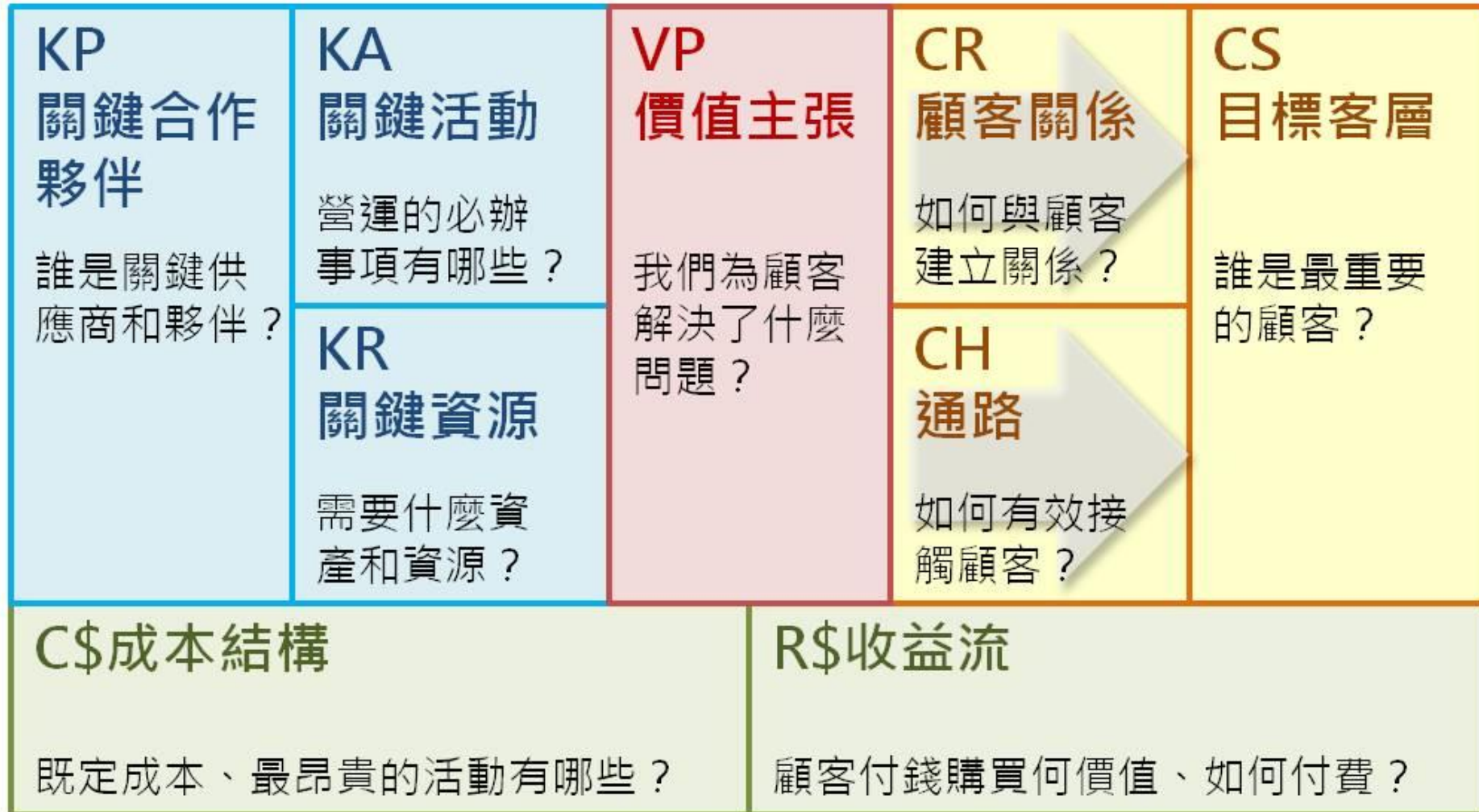
會造成最後完全不同的結果

這改變，可說是翻天覆地的！



創業商業(獲利)模式的建立與發展

資料來源：《獲利世代》，早安財經文化





你的商業模式

Key Partners 8
關鍵合作夥伴



Key Activities 7
關鍵活動



Value Proposition 2
價值主張



Customer Relationships 4
顧客關係



Customer Segments 1
目標客層



Key Resources 6
關鍵資源



Channels 3
通路



Cost Structure 9
成本結構



Revenue Streams 5
收益流



執行步驟

1. 找出商品定位
2. 製作銷售文案(初稿)
3. 規劃商業模式與全部文案
4. 製作素材 並上架至行銷系統平台
5. 將網路流量規劃確實執行
6. 檢視成效 檢討 修正及優化各項細節

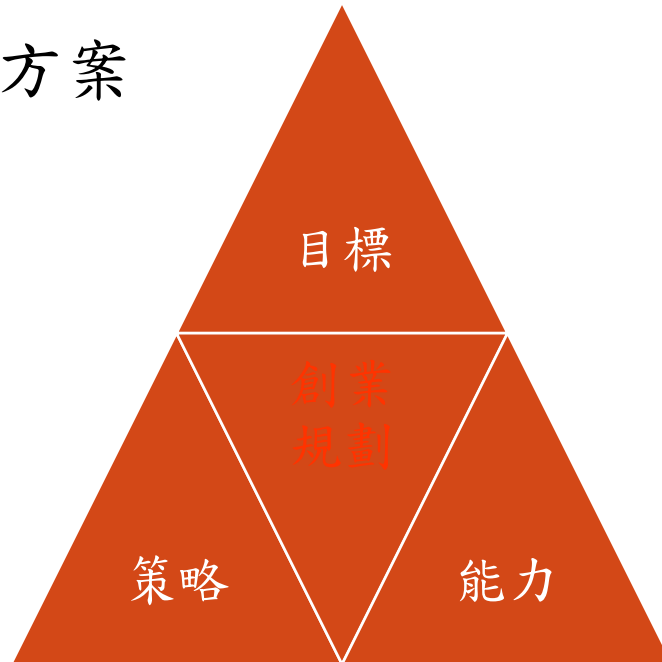
趕快增加每個月會穩穩流進你口袋的金錢數額，確保它不僅大於你的月支出，同時還有剩餘的金錢能夠讓你去購買資產

創業規劃金三角-目標+策略+能力

目標:夢想

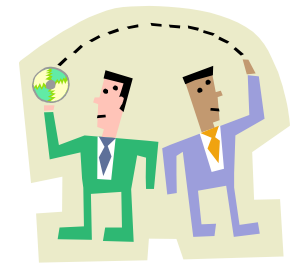
策略:如何實現夢想的藍圖

能力:實踐夢想藍圖的具體行動方案



行銷的定義

- 行銷是規劃和執行有關概念、物品與服務的形成、定價、推廣與分配的程序，其目的在於創造能夠滿足個人和組織目標的交換。
- 行銷強調交換雙方的利益



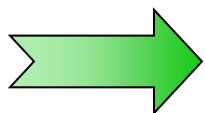
一、行銷的意義

我們為什麼要～

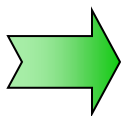
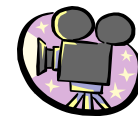
- 繳學費？
- 買遊樂卷？
- 買人壽保險？



換取文憑教育



換取娛樂



換取保障



「交換」是人類的普遍行為，也是行銷學的焦點。



- 需求或目標
1. 個人享受
 2. 生活便利
 3. 專業發展

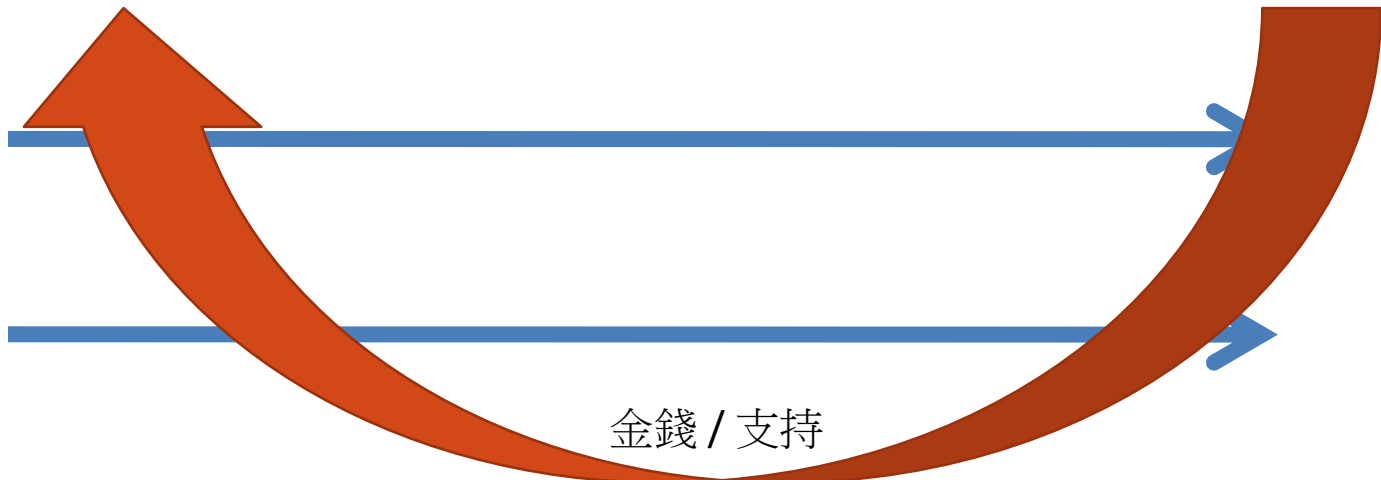
核心觀念: 交換



- 需求或目標
1. 永續經營
 2. 員工福利
 3. 身份地位

個人、
群體或組織

產品 定價 推廣 通路



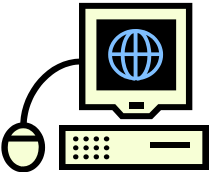
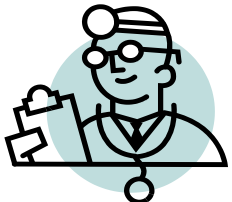

金錢 / 支持

個人、
群體或組織

一、行銷的意義

- 行銷的定義(引申)

行銷的「產品」有多種種類

- 物品 
- 服務 
- 組織 

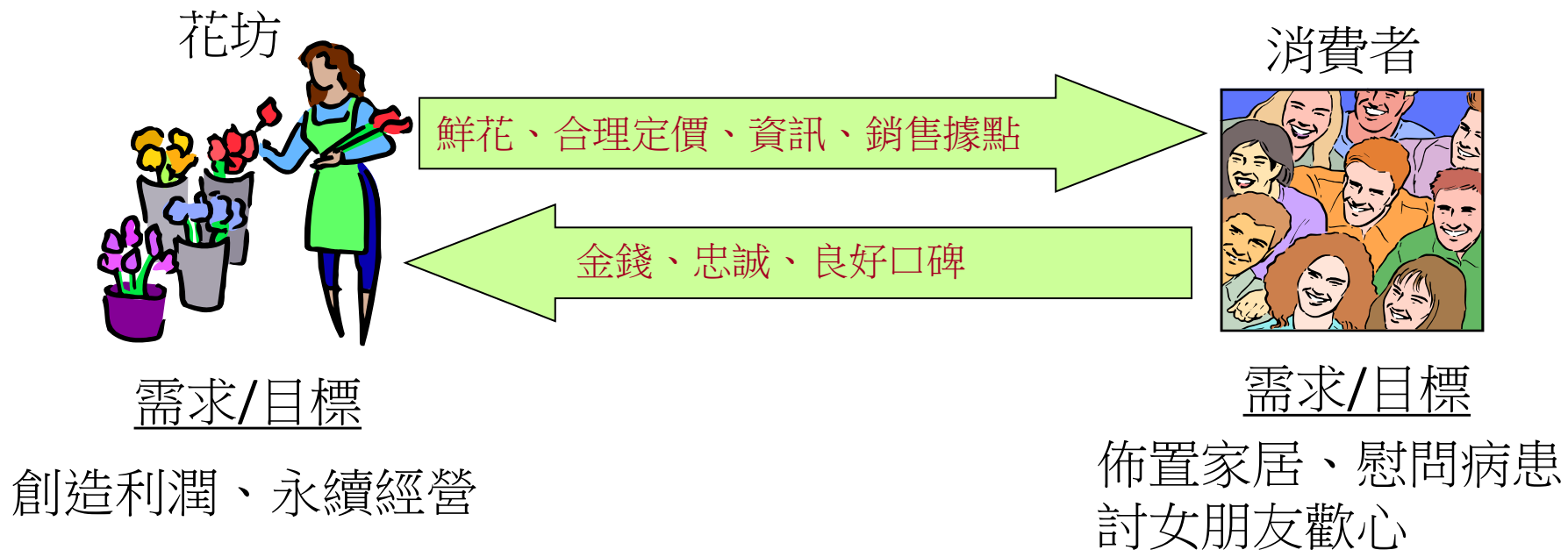
- 事件



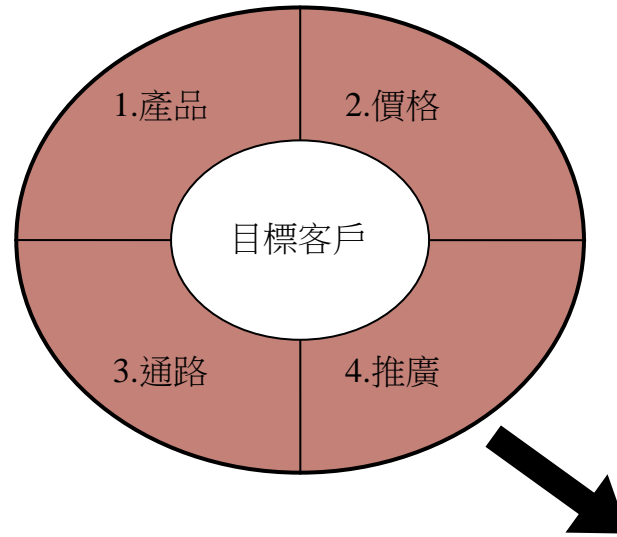
- 概念



二、企業行銷



行銷4P架構



(1)廣告	(2)銷售促進	(3)公關	(4)人員銷售	(5)直接行銷
<ol style="list-style-type: none"> 1. 印刷及廣播 2. 產品外包裝 3. 傳單 4. 郵件 5. 目錄 6. 宣傳小冊子 7. 海報 8. 工商名錄 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 競賽、遊戲 2. 抽獎、彩券 3. 獎金、禮物 4. 派樣 5. 商展 6. 展示會 7. 示範 8. 折價券 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 記者招待會 2. 研討會 3. 慈善樂捐 4. 公共報導 5. 演講 6. 年報 7. 事件 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 銷售簡報 2. 銷售會議 3. 電話行銷 4. 激勵方式 5. 業務員樣品 6. 商展或展示會 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 產品型錄 2. 郵件(DM) 3. 電話行銷 4. 網路購物 5. 電視購物 6. 傳真 7. EMAIL 8. 語音信箱

何謂「SWOT」分析

SWOT分析法又稱為**態勢分析法**，它是由舊金山大學的管理學教授，於1980年代初提出。

主要是分析組織&個人內部的優勢與劣勢以及外部環境的機會與威脅，制定未來發展策略。它的結構雖然簡單，但是可以用來處理非常複雜的事務

SWOT ANALYSIS



SWOT矩陣圖

內部環境



優勢 Strength	劣勢 Weakness
機會 Opportunity	威脅 Threat

外部環境



請寫下個人或組織 SWOT

SWOT分析矩陣表

外部因素 內部因素	列出內部強勢(S)	列出內部弱勢(W)
列出外部機會 (O)	<p>SO : Maxi-Maxi</p> <p>投入資源加強優勢能力、爭取機會 此種策略是最佳策略，個人內外環境能 密切配合，個人能充分利用優勢資源， 取得利潤並擴充發展。</p>	<p>WO : Mini-Max</p> <p>投入資源改善弱勢能力、爭取機會 此種策略是在個人利用外部機會，來克 服本身的弱勢。</p>
列出外部威脅 (T)	<p>ST : Maxi-Mini</p> <p>投入資源加強優勢能力、減低威脅 此種策略是在個人面對威脅時，利用本 身的強勢來克服威脅。</p>	<p>WT : Mini-Mini</p> <p>投入資源改善弱勢能力、減低威脅 此種策略是個人必須改善弱勢以降低威 脅，常是個人面臨困境時所使用。</p>

行



行銷策略簡述

- 1. 定位概念：起點。
- 2. 產品策略：橫向，縱向。
- 3. 價格策略：高、中、低。
- 4. 通路策略：實體、虛擬。
- 5. 促銷策略：促銷計劃、效益評估。



策略

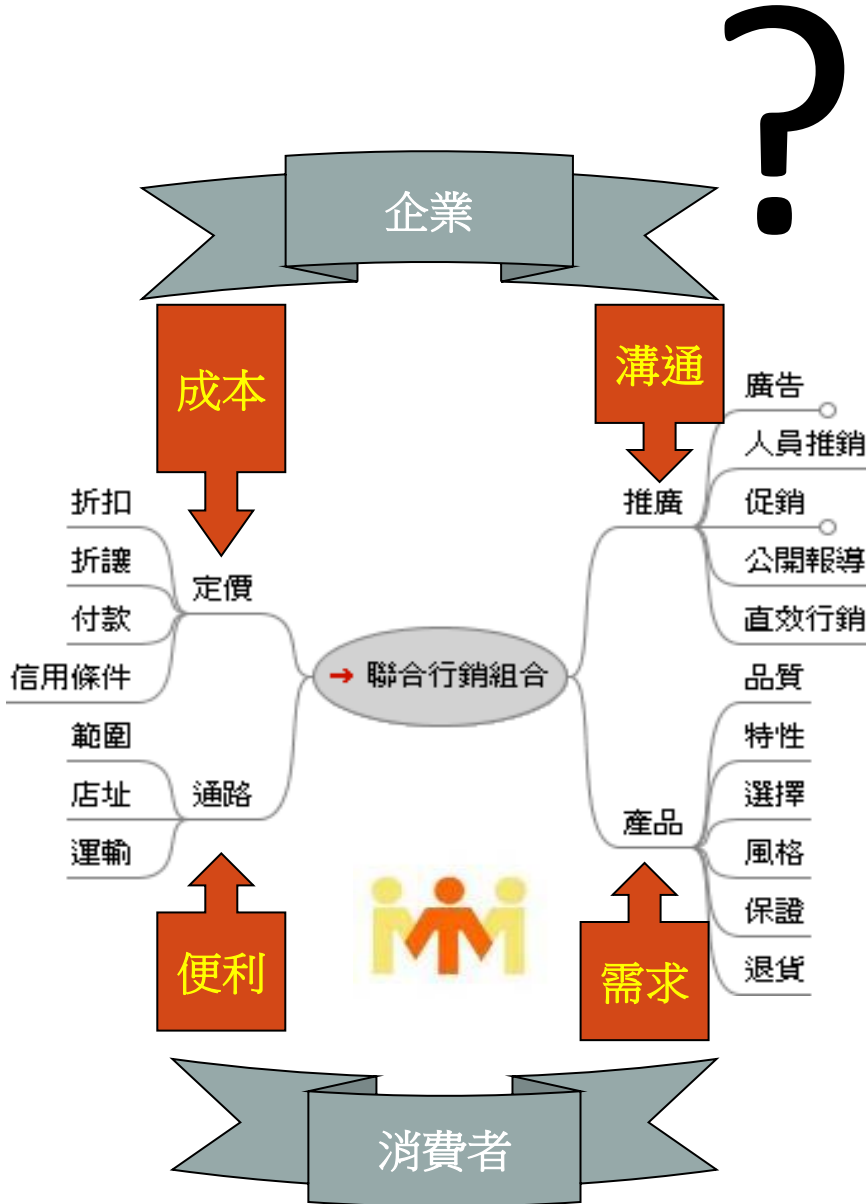
營運流程

組織/人事

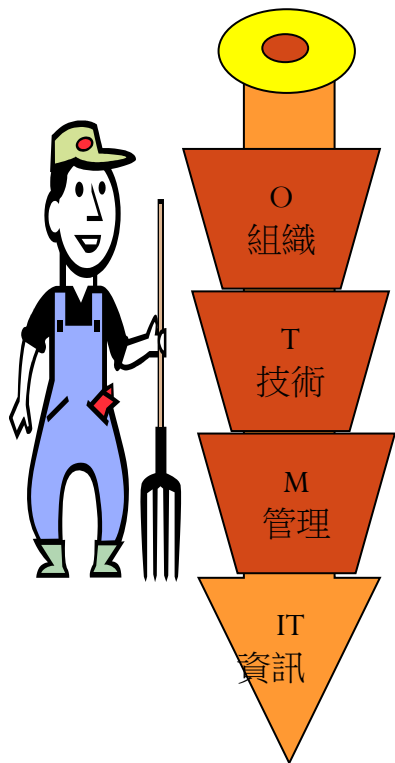
企業一般問題

- 沒有網站宣傳
- 免費部落格之文字與照片太多, 吸引力不夠
- 商品無有效曝光, 知名度略低
- 已有網站, 但是沒有簡潔介紹
- 目標與現況差距不清楚, 不知如何展開行銷與廣告

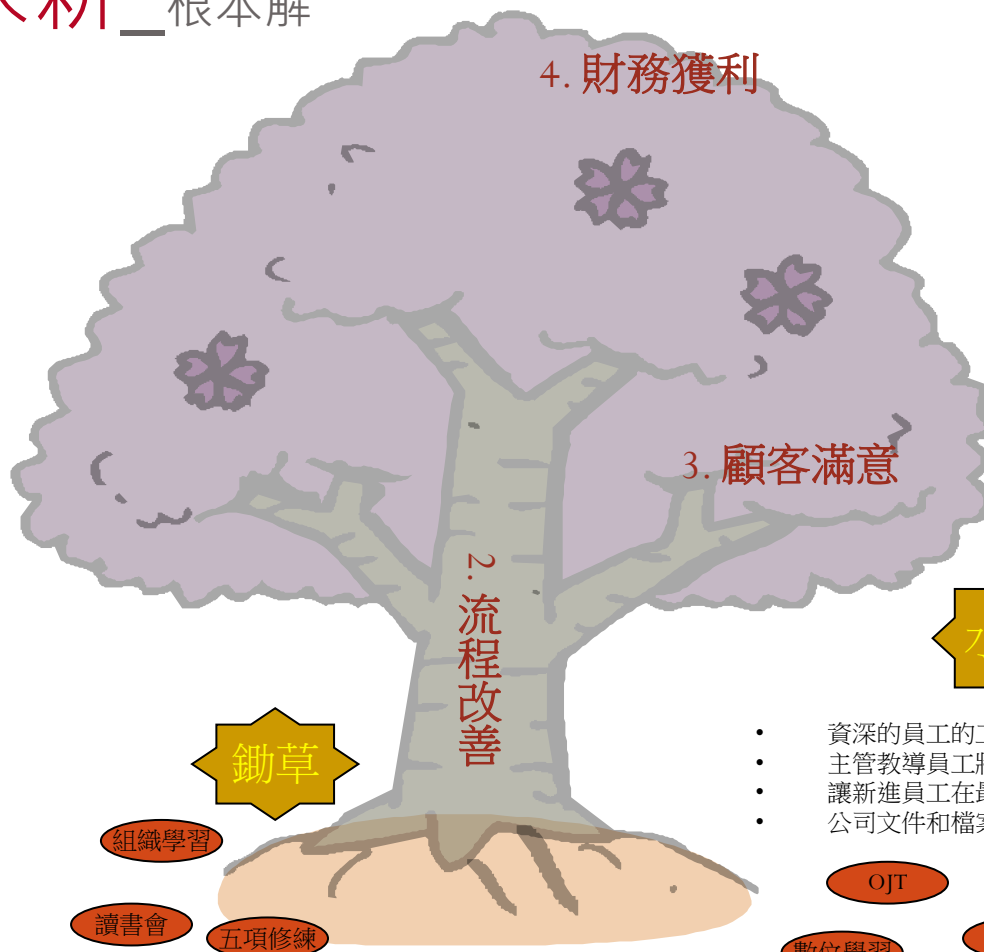
其他問題:
資金不足
技術有限
人脈貧乏



技術力深耕 — 根本解



鬆土



鋤草

組織學習

讀書會

五項修練

水分

- 資深的員工的工作經驗傳承
- 主管教導員工將他們的隱性知識外顯化
- 讓新進員工在最短時間可以快速上手
- 公司文件和檔案管理, 複製與再利用

OJT

數位學習

OffJT

養分

陽光

- 目標
1. 合作媒合
 2. 成果推廣
 3. 衍生價值
 4. 知識累積
 5. 知識擴散

1. 學習與成長

成功文案 須具備八要素

1.吸引標題 把訊息告訴誰會最受歡迎? 給因為00而苦惱的人等	2.副標題 購買商品後有什麼改變? 變得00
5.見證 顧客的心聲 相片	
3.主要文案 比別人優秀的地方 可以說服每個人的理由	4.產品服務 商品名稱 價格 相片
6.疑異解釋 顧客購買商品有所猶豫時的對策 保證退款等	
7.督促行動 來店 打電話 想先做什麼?	
8.聯絡資訊 電話 傳真 電子郵件 網站著陸頁 地圖等	

行銷三部曲

1. 建立宣傳影片

- 製作一部您的產品與服務的影片，輸入宣傳文字，指定宣傳活動的觸發關鍵字。

2. 啟動您的網站廣告活動

- 善用關鍵字，讓網友有效點擊您的宣傳影片，就會出現在相關內容的搜尋結果旁。

3. 吸引更多觀眾，讓瀏覽率帶上來客數

- 使用者只要按一下YouTube或是您的短址網域名稱，就會按讚或留言，讓口碑傳遞您的影片宣傳活動。