

商业模式的核心，价值主张

产品名称	商业模式的核心，价值主张
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

商业模式的第一个问题是价值主张。先说说什么叫价值。我们生活中一般不叫“价值”，而叫物的价值分两个方面，一个是生活中的价值，一个是商业中的价值。生活中的价值，直白点说就是我有困难你帮不帮我，你有困难我帮不帮你。一个会做人的人，“好处”或者叫“用处”。因为一个东西有好处，才有利用的价值。

事一般来说都懂得帮助别人，帮助别人的人都是有价值的人。帮助人的方式有两种，一种是在关键时刻帮助别人，一种是在日常生活中帮助别人。中国人比较重视那种能在关键时刻给我们带来帮助的人。在关键时刻对我们有帮助的人，我们记得比较深刻。当然最好是平时经常乐于助人，关键时刻伸一把援手，但是我们没有那么多时间和精力，不能每时每刻都去做雷锋，所以就要懂得在关键时刻帮助别人，这个在管理学中叫核心竞争力。

核心竞争力，就是你最关键的的地方，就是你最有价值的地方。看过《非诚勿扰》你就知道了，一个小伙长得很帅，但是女孩一听说他是在外打工的，挣钱不多，一般最后都灭灯。另一个长得差不多，大家一听说他自己有公司，又是富二代，灯一般都一直亮着。也就是说，我们生活在一个欲望和财富相结合的时代。既然是欲望和财富相结合，那么，这个时代，有钱就是核心竞争力(当然不是唯一)。有钱人获得资源很容易，找对象很容易，成功比一般人容易得多。

什么叫现代企业?有些人做工程，认识某个领导，领导给介绍关系，然后通过这个关系去做工程，这种不叫企业，而叫关系型个体户，是不正当的商业竞争。因为领导一调离，它所做的业务就完了。

首先，企业得有独立性。资金要有独立性，经营要有独立性，客户要有独立性。靠领导打招呼，这不叫独立性。你的东西顾客认可，这叫靠产品的特性赢得市场。凡是靠产品特性赢得市场的，产品质量就特别重要。靠产品的特性赢得市场有一个前提，就是市场上生产这种产品的企业不能太多。

市场上同类产品“琳琅满目”的时候，你给别人说我的东西好是没有用的，这时候品牌特别重要。在产品少的时候靠质量，产品多的时候要靠品牌。你要让消费者认识你，并了解你。

其次，企业要善于经营品牌。能看得见的都不叫品牌，能看得见的是产品外形和产品质量。我们很多人愿意花钱去做产品质量，做看得见的东西，不愿意花钱去做那些看不见的东西。品牌是一种价值主张，

说白了价值主张就是你的主要价值在哪里体现。

传统的企业只有两种价值，一种叫产品价值，一种叫营销价值。商业模式要探索的是多种价值。做企业，一定要想办法去找那些和你不一样的人合作，不一样的性格，不一样的风格和做事方式，相互弥补。比如说你能想策略和点子，那就找个能做事执行力强的人和你合作。你能干，那就找个有资源的人和你合作。管理学上专门有一个词，叫“异质性资源”，说的就是这种合作。彼此都一样，叫“同质性资源”，这种在要求统一化的企业很管用，像**和会计行业。

比如，一个老师如果只是在学校里教课研究，在哪个学校区别不大。但是，老师一旦走出学校，感觉就不一样了。同样到教育部办事，清华北大的老师去，肯定要比一般学校的老师受重视。也就是说，资源只有走出去才能看出区别。所以，做企业一定要想办法让你的产品体现异质性，能够走出去。湖南的大米在湖南不值钱，枸杞子在宁夏不值钱，羊肉、大枣在**不值钱，但是这些产品到了北京或别的的不产的地方就值钱。这就叫异质性经营。

大家知道豆腐是怎么做的吗?豆腐在成型以前叫豆花，北京叫豆腐脑，加一点卤水就变成豆腐了。这跟合作差不多，你不引进卤水，就一直是豆花，但是你建立一个合作渠道，引进了卤水，豆花就成型变豆腐了。所以，做企业要学会走出你原来的地方，走出你的产品系列。这就涉及一个专业的词，叫“跨界经营”。跨界经营是商业模式的一种思维方式。

从做房地产到做百货，叫跨界;从做百货到做影院，叫跨界;从做影院到做酒店，叫跨界。跨界，就是选择新角色。每一个新的角色背后都代表着一个新的商机，每一个新角色背后都代表着一种新的生活状态。

生活中，男女之间从恋人角色变成爱人角色，关系就不一样了。从爱人角色变成师生角色，比如老公变成了老婆的老师，老婆变成了老公的参谋。每出现一个新角色都会带来一个新的局面。

生活的幸福源于你扮演好每一个角色，同时要善于去给自己找新的角色。比如说你仅仅扮好一个太太的角色，或仅仅扮好一个老公的角色还不行，还要找到新的角色。这样你才不会死守自己的局限，学会换一个角度看问题，思路马上就会打开。

商业模式的本质是研究一个角色的商业价值和资本价值。演员zui重要的是要有舞台，有角色可演。对应到管理学，就是你要找到一个自己的专业领域，自己的一个战略方向，自己的主导阵地，自己的主战场。一个企业应该有一个自己的主要行业。这个主要的行业是什么?是主业，是主导产品，是主要能力。

西方人主张一个企业要主业突出。你的主业在哪里，就意味着你的主要资源在哪里，你的主要能力在哪里。一个企业没有主业就好比一棵树没有根。树有主干，主干越粗越长，树就越高大，枝叶就越丰茂。做企业要有战略，就是为了把主业定位清楚，做强做大。如果把战略理解成一个树干的话，商业模式就是树上能结多少果子，生产就是把更多营养吸收上去，太阳代表环境。

一个员工对企业有四项贡献，第一个是时间，第二个是体力，第三个是智慧，第四个是资源。一个员工到企业里来，他首先要做到上班不迟到，下班不早退，这叫把时间卖给企业。第二，公司安排的活他要干，这叫卖体力。老板一般喜欢那些早来晚走、勤奋工作的人。有些员工忙碌不出成绩，说明他没有智慧。能上升到管理层面的人一定要卖智慧，比卖智慧再高一个层次就是卖资源。比如说你能给企业带来哪些社会关系。

价值主张就是你通过什么方式给企业创造价值。你是通过体力、时间、精力，还是通过智慧、资源给企业创造价值。你创造价值的方式不一样，你的价值就不一样，你在企业所处的位置就不一样。把这几个全部奉献给企业的叫什么?叫老板。所以这几样东西都具备的人，才能做老板。

商业模式研究的不是单一价值，而是综合价值。什么叫综合价值?第一个你得有客户价值，就是你要知道你要为谁服务。一个企业不可能为全世界的人都服务，所以要进行客户细分。客户细分分地域细分和层级细分。什么叫地域细分?你是服务于湖南客户，还是服务于广东客户?

商业模式的内容首先是从价值中开始研究客户。打个比方，你娶一个能赚钱的女人，你就要接受她不顾家。你娶一个顾家的女人，你就要赚钱照顾人家。做企业一定要建立企业内部的发展逻辑。你要想把东西卖到深圳去，你就要懂深圳，你就要有自己的专有渠道或者**渠道。商业模式告诉我们，我们要通过客户细分，建立合理的客户关系，准确找到自己的客户在哪里。

你要想把商业模式研究好，一定要把企业的价值点描述出来，你要建立一个合理的价值点，也就诉求点，比如奔驰追求的价值在于舒适、尊贵，宝马追求的价值在于驾驭乐趣，沃尔沃追求的价值是安全。

把客户和区域连接起来，就产生了渠道。渠道是解决服务客户区域的重要标志。客户的层级细分是指我们把客户分成高端、中端、低端。你要想给高端服务，你就要想办法给他提供更好的包装、更好的服务方式。所以，如果你选择了高端，就要有品质;如果你选择了低端，就要有低价格。说白了，商业模式就是要建立企业方面的合理的规则 and 标准。