

汽车商品规划实战研修班

邀 请 函

随着新一轮科技革命的深入，汽车科技与互联网、大数据、人工智能等加速深度融合，汽车在电动化的同时，还呈现智能化、网联化、共享化的发展趋势。未来汽车智能共享移动出行有望成为未来发展方向，并可能重塑汽车产业生态和竞争格局，目前，国内越来越多的汽车企业认识到了需求分析和汽车商品规划的重要性，但是在实际操作过程中，一句话就可以成为一个汽车商品的需求，几页纸就可以说成是关系未来 1-3 年的产品规划。随意、不严谨、领导意志、支离破碎常常是这些企业商品规划的代名词。如何规划汽车产品，探讨和分析汽车产品作为商品时所具有的特性，从而让汽车这特殊的商品能准确快速地占领市场。中国汽车技术培训网特举办“汽车商品规划实战研修班”。

根据讲师 30 多年从事汽车商品开发、商品管理和商品创新咨询工作的实践经验，采用层层深入的方式，分享汽车商品型企业在准确捕捉市场用户需求、传递客户声音、建立系统化的商品规划的方法，通过一套系统操作，在实践中实施使企业获得收益。

学员课程收益

1. 您将掌握建立汽车商品开发与管理体系的主要方法和流程，使开发工作得到组织和制度上的保障，有序进行，让企业公司各部门间工作形成合力。
2. 掌握一套市场需求收集、分析，并形成汽车商品规划的系统流程和工具，您可以准确掌握客户需求和市场动态，不断涌现商品创意，快速定义商品功能，成功推向市场，赢得大量客户，用商品塑造企业的竞争优势。
3. 您能够运用汽车商品规划，汽车市场与客户调查分析，商品策划、开发、上市管理的方法和工具，有效提高开发工作的正确性和效率。

4. 通过对世界级成功企业商品规划案例与方法的学习，找到企业的不足，确立发展的方向 and 学习的榜样，为汽车商品开发工作设定目标，有效的培训汽车研发人才。
5. 您可以降低商品开发成本，提高商品成功机率，获得快速的企业增长与超额利润。

课程及培训特色

系统化理论指导----课程内容采用国际上先进的管理方法论，结合中国汽车企业自主创新的最佳实践，总结提炼出适合中国本土企业的汽车商品规划。

丰富案例分析互动----通过对案例分析方式加深学员理解。

结合实际演练----通过对实际汽车商品项目进行角色演练、研讨等方式提高转化能力。

讲师的专业性----汽车商品管理方面的专家，有丰富的汽车商品开发、研发业务管理、汽车市场销售管理及企业研发管理咨询经验。

老师课程生动活泼，灵活调动学员的创新意识，有效使用创新方法，结合学员自身的行业、商品和工作特征，极大的激活了学员在教学环节中的动力，同时为今后工作中发挥自身的创新能力，灵活应用到工作问题分析和解决过程中，为能力提升发挥作用。

参加对象

汽车总经理、研发总监、技术总监、商品规划专家、商品经理、商品市场总监、商品策划部主管。

专家讲师介绍

资深专家：工信部强基工程专家、研究员级高级工程师，现任职某知名汽车公司总师，兼职多所高校硕士导师、客座教授；具有丰富的项目管理、商品研发、商品规划、需求管理、质量管理、技术管理等领域的三十多年研发与管理实战经验，著作颇丰。先后担当设计总工程师：负责重大商品规划项目、参与并主导了多个大型项目课题的研究和策划工作，担当副总规划师

参与中外重大合资项目：与外资企业全面的合资合作的市场调研、商品规划谈判及战略实施方案制定；承担创新课题项目：前瞻性汽车技术、新事业规划研究；新能源汽车规划：纯电动轿车、电动、混合动力客车、混合动力重型车、电池、电子控制器等，人工智能未来新商品技术战略等课题等项目。

课程大纲

第1天：商品战略定位、商品规划的定义、流程

概述

- 商品与产品
- 商品规划现状导致的问题，
- 商品规划好，事半功倍；
- 成功的商品营销必须要先有成功的商品规划

1、汽车商品规划的定义内容

- 汽车商品的设计和管理
- 商品规划管理内容

2、企业战略和商品战略层次及区别

- 企业战略与商品战略定义的区别
- 商品战略在企业战略中的地位
- 商品战略规划的层次

3、汽车商品规划涉及的主要内容

- 正确确定汽车商品规划项目的类型
- 确定汽车商品在企业内部的定位
- 汽车商品制定相应的发展策略

4、汽车产业和汽车商品、技术规划

- 汽车用户类型及消费特点
- 商品规划与相关产业发展
- 汽车技术路线规划

5、商品规划团队的构成及工作职责

- 商品规划团队构成
- 团队工作职责要求

6、商品规划关键活动

- 汽车市场细分和细分市场战略选择
- 商品分析研究
- 确定商品组合

7、商品规划的管理

- 商品的管理
- 商品的上市与退市
- **沙盘演练：**讨论评价商品规划

8、商品生命周期管理

- 汽车商品时间资源计划
- 汽车全生命周期定义
- 商品生命周期的管理

第2天：汽车商品规划流程管理及优化

1、环境分析：内外部资源环境分析

- 环境分析 - 机会识别，创意的产生
- 总体环境分析的具体要素
- 环境分析模型：PEST
- 用户分析定位

2、汽车商品前期调研分析

- 市场情报调研分析
- 商品工程分析
 - 商品规划立项

■ 沙盘演练：客户定位与分析

3、汽车商品规划的流程及优化

- 商品规划基本流程
- 商品规划的流程划分方法及优化

4、商品战略及规划中常见问题与误区，寻求解决方案、思路与方法

- 商品规划常见问题与误区
- 商品规划方案问题的解决思路及方法

5、竞争标杆商品规划分析

- 标杆定义
- 标杆现状分析
- 商品分析在开发中的应用

6、商品战略与规划的驱动方式

- 商品规划的战略驱动
- 需求管理从理论到实践上的错位
- 用 5WS 寻找你客户
- 模版工具：客户满意度和竞争力对比

7、汽车商品规划战略的创新模式

- 中、美、日企业创新模式
- 对企业核心价值链的理解
- 市场驱动的商品创新
- 技术创新战略的选择

8、商品规划中的误区、风险判断

- 商品规划中项目风险识别与评估
- 商品规划中的风险分析、监控与响应

案例：SUV/MPV 汽车市场趋势分析

第 3 天 汽车商品规划要素、工具、方法

1、汽车商品规划输入与输出

- 规划输入要素
- 资源要素分析
- 规划输出：商品定义
- 输出样本

2、汽车商品规划要素

- 商品规划资源情况
- 整体规划分步实施
- 跨职能团队

3、常用规划工具：波士顿、安索夫矩阵、雷达图分析法

- 规划思维方法途径
- 思维工具方法结合
- 波士顿矩阵工具
- 波特五力图
- 安索夫矩阵四种不同成长性策略
- 雷达图分析法，从五性方面分析
- 其他分析工具：漏斗模型、卡诺 Kano 模型、赛诺 MOSTER 模型

4、系列商品规划方法

- 系列平台的规划要求
- 商品类别结构规划

5、汽车零部件系统规划方法

- 零部件规划框架图
- 零部件规划方法

6、汽车商品成本规划

- 汽车销售对成本要求
- 研发决定商品成本
- 商品开发的成本规划

■ 汽车商品规划案例分析

案例：著名汽车公司规划点评

时间地点

报到/注册：2019 年 10 月 24 日 14:00 – 18:00

培训时间：2019 年 10 月 25 - 27 日 8:30 – 17:30

培训地点：北京（详细地点开课前一周通知）

证书颁发

凡报名参加培训经考核结业的学员，均颁发由中国汽车培训网签发的培训证书。

培训费用

培训费：¥6800 元/人。团队（3 人及以上）¥6000 元/人。

以上费用含培训费、资料费、午餐费、茶点费，不含交通食宿费。会务工作由北京优能思创科技有限公司承办，并为学员出具正式发票。

报名需知

- 1、填写好报名回执后 E-mail 至 training@auttra.com 或回复给您的客户经理；培训开始前一周前发报到通知。
- 2、小班教学，名额有限，请务必在开课前一周完成报名。
- 3、可到官网 www.auttra.com 了解课程详情、下载报名表、课程大纲。更多信息请关注微信公众号 auttra。

咨询/报名：李 荣

电话：010-6292 1423 微信/手机：18611906820