

掌握變化和轉變



透過變革和轉型實現國際戰略

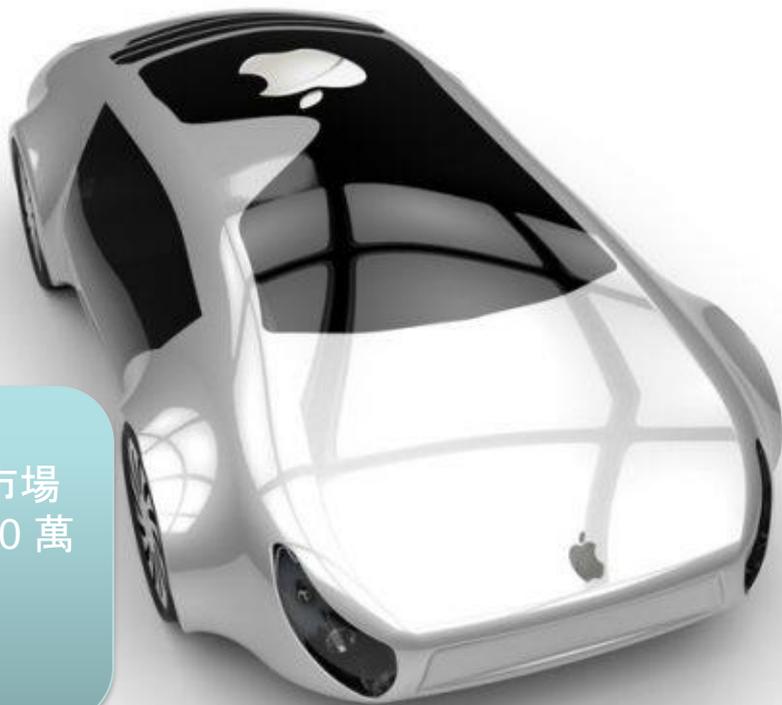


數位創新和網際網路推動了商業模式概念的興起





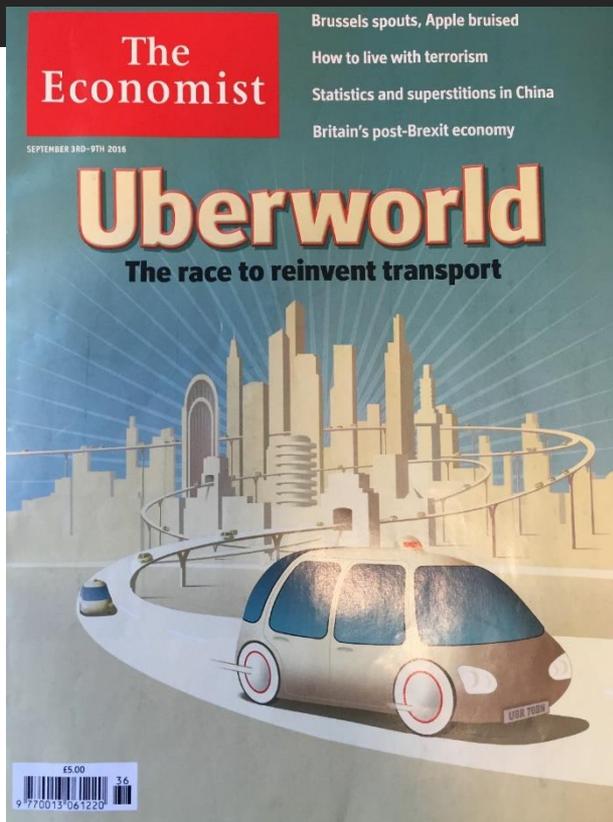
演變或淘汰



全球**個人運輸**市場
價值每年高達 10 萬
億美元。

(《經濟學人》,
2016 年 9 月 3 日)

應對顛覆性輕資產商業模式的興起



世界上最有價值的
初創公司
(大約 700 億美元)

什麼是商業模式？

價值主張

價值創造

價值捕獲

保值

「商業模式描述了公司如何開展業務的邏輯-它如何透過其活動創造和獲取價值」

(Afuah, 2014; Zott et al., 2011)。



- 一個總體性的戰略原則是，全球汽車公司正將他們的國際價值主張從**產品**（車輛）擴展至**服務**（移動性/數據）。
- 相關問題是如何調整現有的**商業模式**，使其更加敏捷，並對技術變化和新的國際市場機會做出反應。
- **價值主張變革 + 商業模式轉型 = 「型態變換」**



如何成為型態變化？

Google

amazon



PHILIPS

SIEMENS

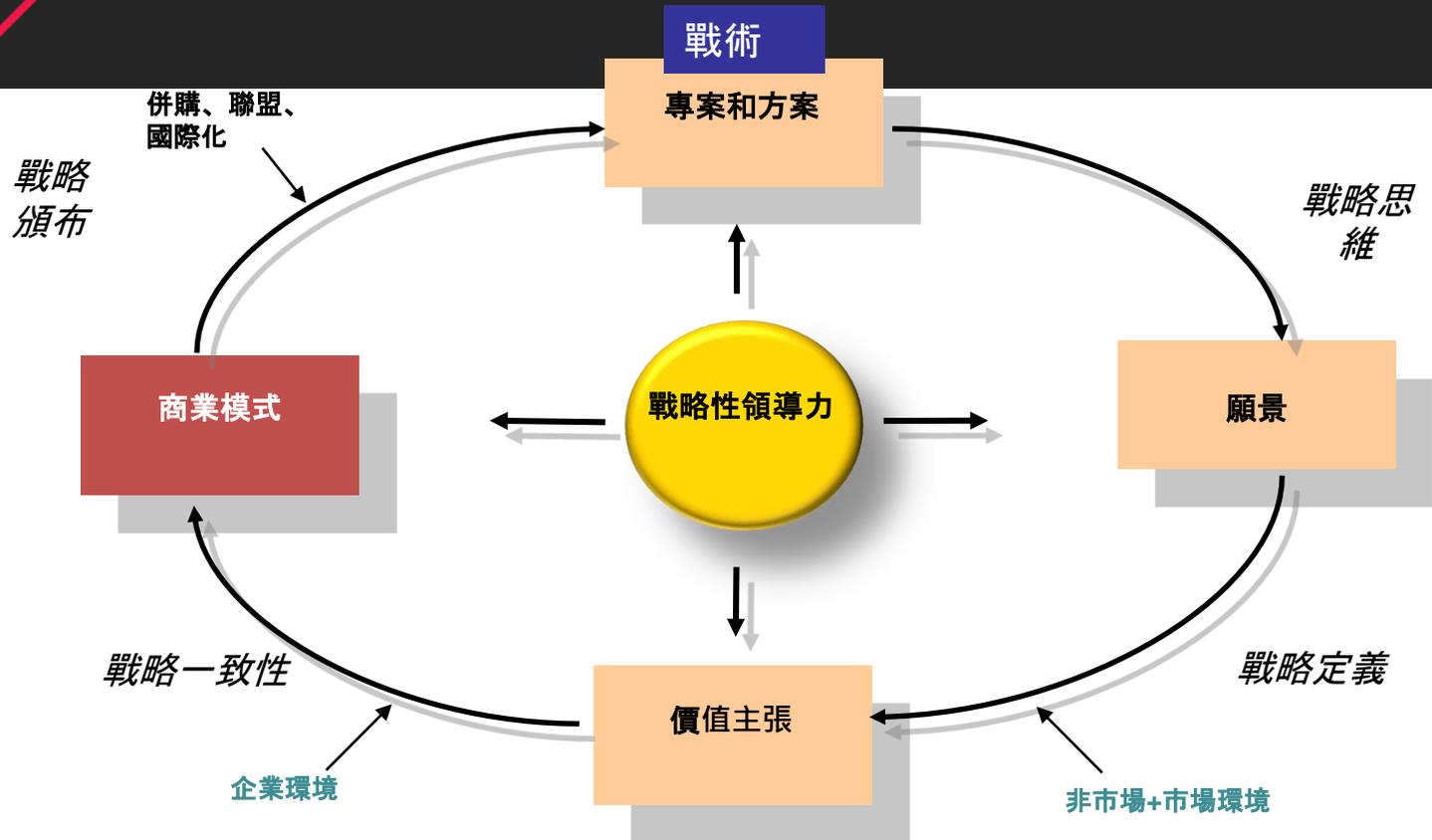


NOVARTIS

透過商業模式**創新**！



...並透過突破戰略

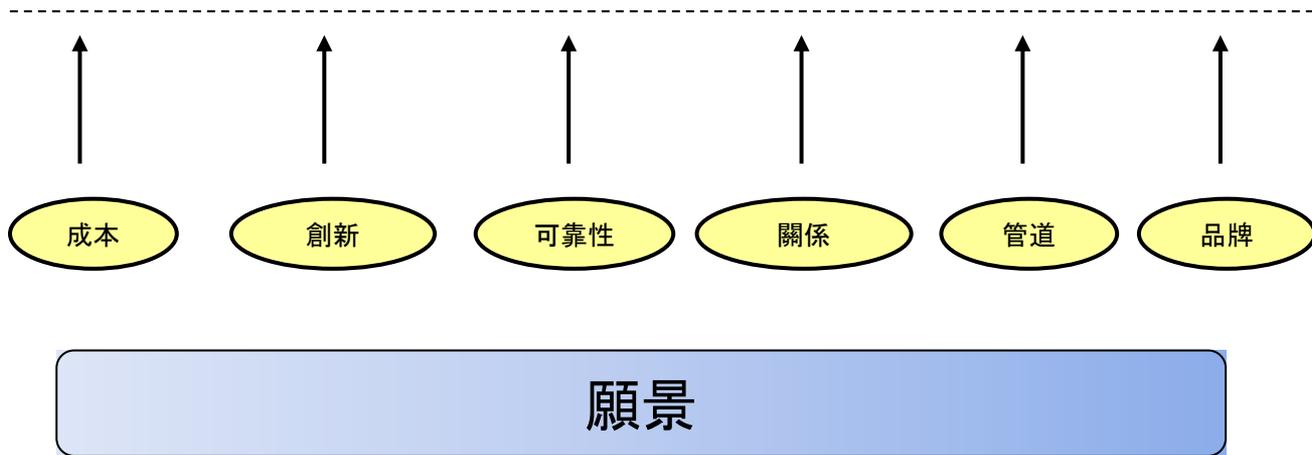


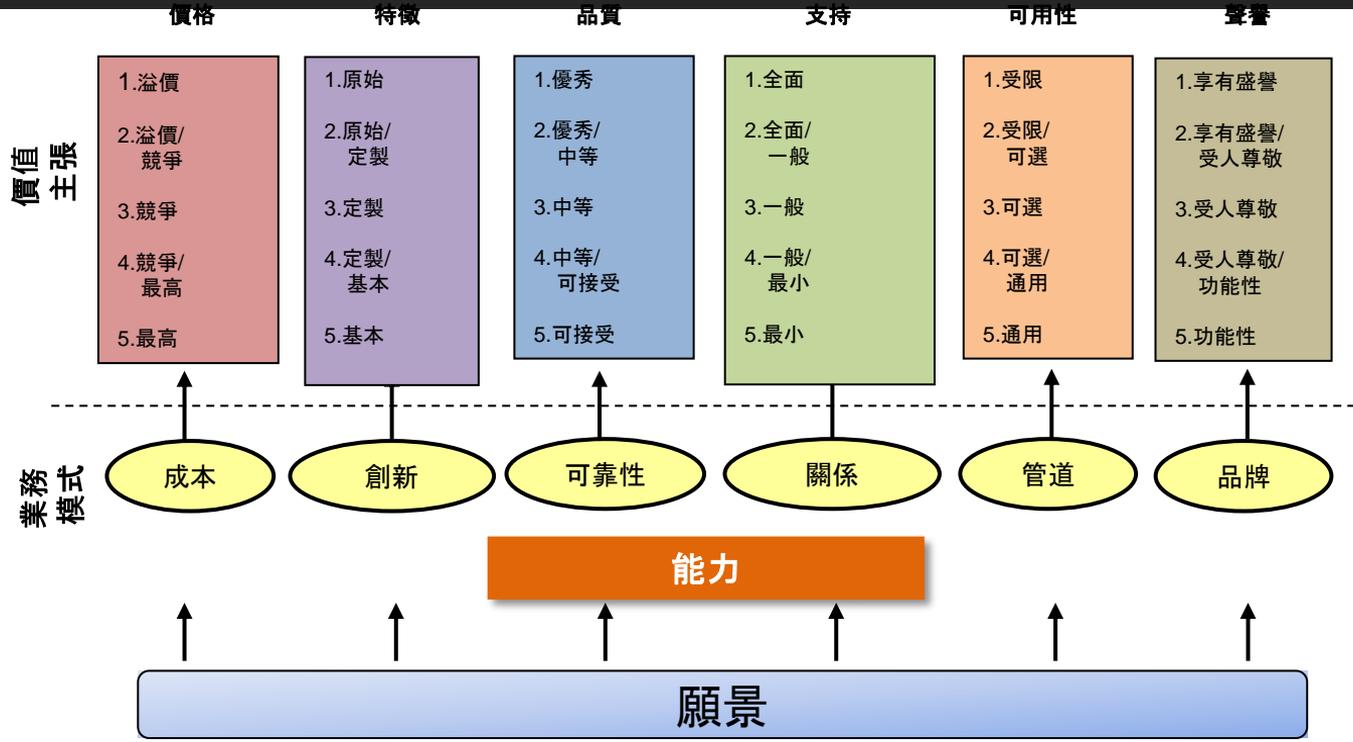


assembling your business model



對市場的影響







小組討論



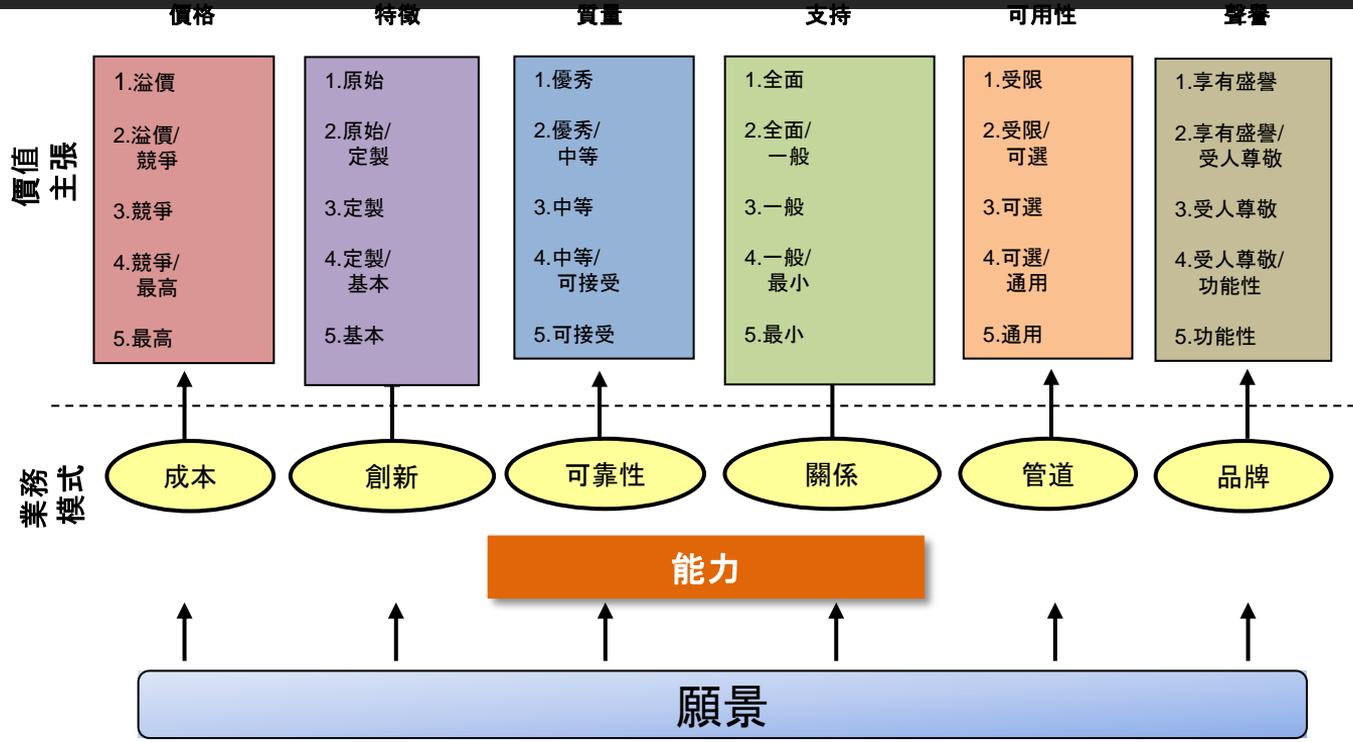


戰略一致性

保持之前的小組組合，繼續您的專注於目前和未來（預期）的業務目標。

實現這一戰略變革需要達成哪些戰略業務目標？

| 價值主張 | | | 商業模式 | |
|------|----|---|------|------|
| 因素 | 運動 | | 因素 | 業務目標 |
| 價格 | | → | 成本 | |
| 特徵 | | → | 創新 | |
| 品質 | | → | 可靠性 | |
| 支持 | | → | 關係 | |
| 可用性 | | → | 管道 | |
| 聲譽 | | → | 品牌 | |





**SOMEONE IS
SITTING IN THE
SHADE TODAY
BECAUSE
SOMEONE
PLANTED A
TREE A LONG
*TIME AGO.***

- WARREN BUFFETT