

創新管理心得報告

班級： 學號： J0523020 姓名：周煌鈞

105/11/18 之課後心得

指導老師：蔡政安

課後心得：

1. 『價值創新』的意義是不是單純提高產品的技術競爭力，而是為市場創造出更多(或主要)的價值，來爭取顧客的認同，這是現代企業競爭的一個新理念。

2. 傳統與價值創新邏輯之差異：

	傳統	創新
對產業的假設	產業狀況無法改變，認為訂定策略以因應之即可	產業狀況可以改變，能夠以一鳴驚人想法讓價值上有所突破
策略焦點	傳統的邏輯係引導企業在「邊際利潤」上競爭	以主控整個市場的雄心為開端，致力於提供價值上的大躍進
顧客	以擴大現有顧客基礎以求成長，然導致細微的市場區隔(產品或服務客製化)，以符合客戶特殊需求	致力於找出大部分顧客共同認為有價值的地方
資產與能力	既有的資產與能力來決定生意上的機會	不受現狀侷限，且較能看出顧客價值所在(或如何演進)，並能採取行動
提供的產品與服務	無法跳脫該產業一向提供的產品與服務之限制	提供完全解決顧客問題的方法為目標

3. 新的價值曲線→競爭者設法模仿→保護好不容易得來的顧客基礎(市佔率)→恐落入傳統的策略邏輯的陷阱(價格競爭)。因此「觀察價值曲線」可讓企業在現有的產品與服務仍有厚利可圖時，避免從事無謂的創新。然劇烈的價值曲線改變，隨之而來的規模優勢，會讓競爭者模仿成本提高。所以價值創新係在於對顧客提供前所未有的價值，而非最新

科技或企業能力。因此當價值曲線在根本上與產業中其他企業不同，且切中顧客需求，理應從事市場擴展及營運生產的改進，以求最大的經濟規模與市場涵蓋率，讓價值曲線的潛力獲得最大發揮。

4. 價值創新能不斷發揮或利用的三個基本平台：

產品平台	產品實體
服務平台	產品維修、顧客服務、售後保證及對批發商與零售商的訓練
輸送平台	物流輸送、產品送至顧客手上的通路

5. 綜上所述，目前新創商業模式均係以需求者觀點來供給，且需持續挖掘新的需求，以貼近需求者，逕而產生厚利可圖，我想這就是創新價值。因此由電影院及旅館二個案例，讓我更加清楚不要自我設限，讓企業除可貼近市場的需求下，並創造高利潤，且可降低成本，來達到三贏的局面。

