

跨領域顧客價值應用與價值創新策略師

■ 課程簡介

當全世界都在談創新的時候，你還在觀望嗎？

你知道麥肯錫日本人資長 大前研一所說的唯一可以在變動環境中生存的 **Pi 型人**嗎？

你還停留在市佔率的階段嗎？你知道 **Apple** 的創新，已經改變了產業分析師的市場分析手法嗎？

你知道 **Google** 的創新手法嗎？你知道 **Google** 做了多少創新與管理的實驗，並且把自己消滅，重新建立了一個公司嗎？

當有人問你，你的技術很好，但是請問這樣的技術要怎麼用，商業模式會是什麼，你回答得出來嗎？

你厭倦了只會貼便利貼嗎？為什麼便利貼也無法幫助你搞清楚接下來要做什麼？

你需要不只了解設計問卷，因為問卷幫不了你

你需要的不只是用形容詞來找到人物塑像，而是真實的行為描述

你需要心理學的紮根理論幫你解答如何從“田野資料”轉成“Insight”

你只需要洞察和“Insight”，你還需要把洞察轉化為產品設計

但是產品部只是包裝，不只是規格，還有整個人類的使用生態系，於是就有最有力的商業策略武器。

這一系列的課程包括**顧客洞察**、**設計發想**、**顧客體驗設計**、**商業設計** 4 大模組(**產品**、**行銷**、**收入**、**成本**)、**市場發展 3 年計畫與內部價值鏈計畫**，透過一系列的**創新策略系統整合方法**，創新才能從點子落實下來；這堂課包括**技術和實作**，可以讓學員看到完全不同的創新世界，因為看到的不同也實際在課程中體驗了，離開了課程，仍然會帶著**創新的思維**看人看事。

本課程共 8 天(56 小時)，課後將有認證考試，達認證標準合格者，即授予證書!

■ 同步數位課程

★★★同步數位學習★★★

- 為便於公務繁忙的學員能夠參加，本課程規劃以「全程數位」形式，讓學員能於所在地使用自己的電腦進行線上同步數位學習課程。
- 獲贈 ITRI College+ 帳號，享有 1 個月(不限堂數)的產業學院線上數位微課，隨時隨地學習、增進專業能力

■ 課程特色

- 成為 **VIS (Value Innovation Strategist)**，你必須以科技為核心工具，對於資源建立整合的思維，對於市場發展價值的生態思維。
- 成為企業或組織內的**價值創新者**，還必須突破以往的專業主義，帶動團隊積極正面的迎向市場，成為組織前進的關鍵動力。
- 以田野與案例方式，**系統性培育價值創新策略人才**。

■ 適合對象

事業單位負責人、策略幕僚、產品經理、行銷主管、研發主管、創新專案負責人、創新專案成員、負有顧客創新專案職責的人、使用者設計師、新創企業組團等。

■ 課程大綱

上課形式	模組	課程單元	時數	教學活動設計
實體上課 (可同步數位 學習)	Day1	創新者的策略定位 (1) 認識顧客策略師的角色定位與未來 (2) 突破舊的解釋框架，用顧客策略剖析案例 (3) 到特定商業區進行觀察 (4) 分組觀摩與研討	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day2	IDEO 沒有告訴你的關鍵步驟：極端使用者 (1) 為什麼許多顧客洞察報告沒有用？ (2) 為什麼做了 PASONA、人物素描、人物誌也沒有用...因為用錯了 (3) 顧客洞察的同理心，真的和心理學的同理心完全一樣嗎？ (4) 深度洞察顧客-來一場線上遊戲吧！ (5) 彩蛋：關鍵問題討論	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day3	阿里巴巴沒有說的顧客服務 (1) 認識商業的生態系 (2) 運用網站資訊進行觀察 (3) 分組觀摩與研討	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day4	民生銀行第四波創新革命沒有說的內部革命 (1) 新時代的企業內部分工與專業定位 (2) 顧客的渴望與企業的服務 (3) 運用網站資訊進行觀察 (4) 分辨具有顧客價值策略的銀行網頁 (5) 商業創新的關鍵:跨產業異花授粉 (6) 設計自己的顧客價值網頁	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論

	Day5	M.Poter 的價值鏈新運用 (1)當企業需要一個新的方法時的第一步 (2)當企業要導入/運用一個新方法的檢核表 (3)明確化產品的內部價值鏈·增強企業的應變能力	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day6	IDEO、Google 的創新，沒有說完的事情： (1) 啟動原則 (2) 執行的 CSF (3) 驗收的重點 (4) 設定績效指標	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day7	建立新團隊 (1) 新團隊的建立 10 步驟 (2) 認識創新的臉孔-實地參訪或影片教學 (3) 團隊的紀律：新型態會議與動態目標	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論
	Day8	A 您需要知道的 WHY 和您神奇的腦 B 顧客價值策略的步驟與落實：一個客廳的故事 (1) 顧客洞察 (2) 洞察轉化成商品設計 (3) 商品設計轉化為商業關鍵思考(生態系) (4) 商業關鍵思考轉化為顧客價值市場策略與內部執行力策略 C 顧客價值策略師的學習與發展計畫	7	蘇格拉底講授法、個案研討、實際觀察與討論

■ 課程效益

- 1.具備所需專業技能。
- 2.提升職場的能力與競爭力。
- 3.獲得工研院產業學院認證，有助於提升覓職優勢。
- 4.可作為證明個人專業能力證明：學員需同時通過認證條件，將取得工研院產業學院之「**跨領域顧客價值應用與價值創新策略師**」合格證明。

■ 課程認證

全程參與研習，**出席率達 80% 以上、課堂表現優良、學科(筆試)成績達 70 分以上、並於團體報告成績達 80 分以上者**，即核發工研院產業學院之「**跨領域顧客價值應用與價值創新策**

■ 講師簡介 - 胡家欣 講師

專業背景	● 護理學、心理學、管理學與法律學背景
專長領域	● 創新策略與團隊執行力
輔導領域	● 胡顧問本身輔導十餘年，歷經從戴明 TQM 時代的現場流程與品質改善 ● GE 六標準差數據管理輔導、價值領導和創新商業模式大數據時代
價值創新策略 代表案例	● 台灣科技部運用人鏈結產學合作計畫/工業技術研究院(ITRI) ● 遠東集團 鼎鼎行銷：Happy Go app 生態創新專案 ● GSK 葛蘭素大藥廠醫護研討會：以病患為中心的價值互動 ● Honeywell RD 與創新策略主管：醫院與時尚名牌相關設備設計 ● 阿里巴巴一級戰隊鐵軍：價值創新商業策略課程 ● 中國安利創新農村策略：TV 機上盒設計與市場策略 ● 民生銀行行長：第四波創新 start up 產品創新專案 ● 德商巴斯夫 BASF：設計思考課程 ● 驊宏資通集團：大數據知識品牌與大數據輔導模型、經理人培育計畫 ● 美商 IEG 顧問公司：擔任創新長，帶領顧問群提升創新技術



- 主辦單位：廣典科技有限公司、財團法人福琳工商發展基金會、工研院產業學院 產業人才訓練一部(台北)
- 舉辦地點：工研院產業學院 產業人才訓練一部(台北)，**實際上課地點，請依上課通知為準!**
- 舉辦日期：2020年10月21日、10月28日、11月4日、11月11日、11月18日、12月2日、12月9日、12月16日，09:00~17:00，八天共計56小時。
- 課程費用：原價42,000元
加入 [工研院產業學習網網站會員](#) 並線上報名：
 - 網站會員，享優惠價35,000/人
 - 網站會員2人以上團報，享團報優惠價31,500/人
 - 同步數位課程，優惠價28,000/人(含紙本講義)
- 報名方式：
工研院產業學習網，線上報名：<http://college.itri.org.tw/>

或請 email 至 itri535662@itri.org.tw

■ 課程洽詢：02-2370-1111 分機 312 謝小姐、308 陳小姐

■ 注意事項：

1. 為確保您的上課權益，報名後若未收到任何回覆，敬請來電洽詢方完成報名。
2. 因課前教材、講義及餐點之準備及需為您進行退款相關事宜，於開訓前退訓者，將依其申請退還所繳上課費用 90%，另於培訓期間若因個人因素無法繼續參與課程，將依上課未逾總時數 1/3，退還所繳上課費用之 50%，上課逾總時數 1/3，則不退費。
3. 若原報名者因故不克參加，但欲更換他人參加，敬請於開課前二日通知。
4. 主辦單位保有活動變更及終止等權利。
5. 本同步數位課程無補課機制。