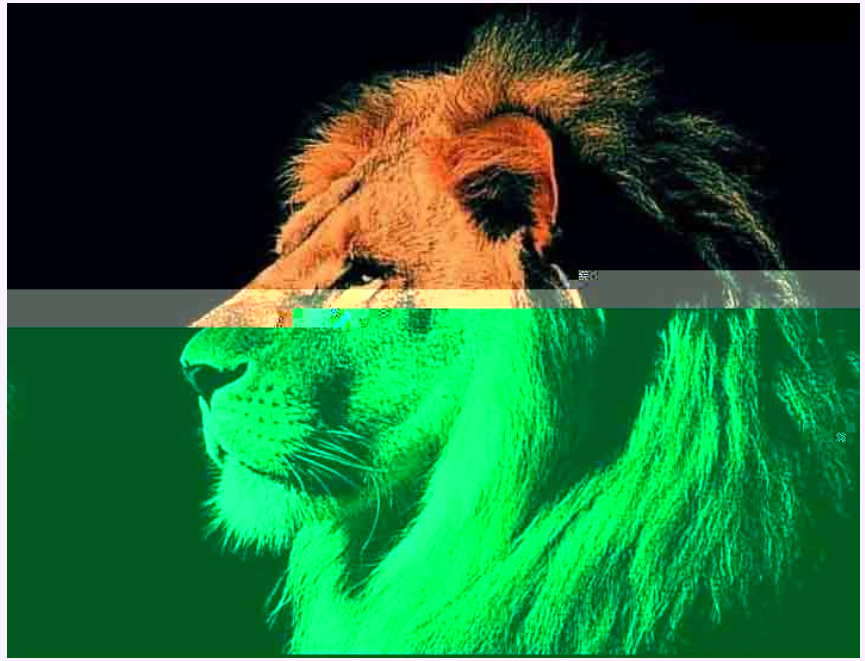







content


01
part

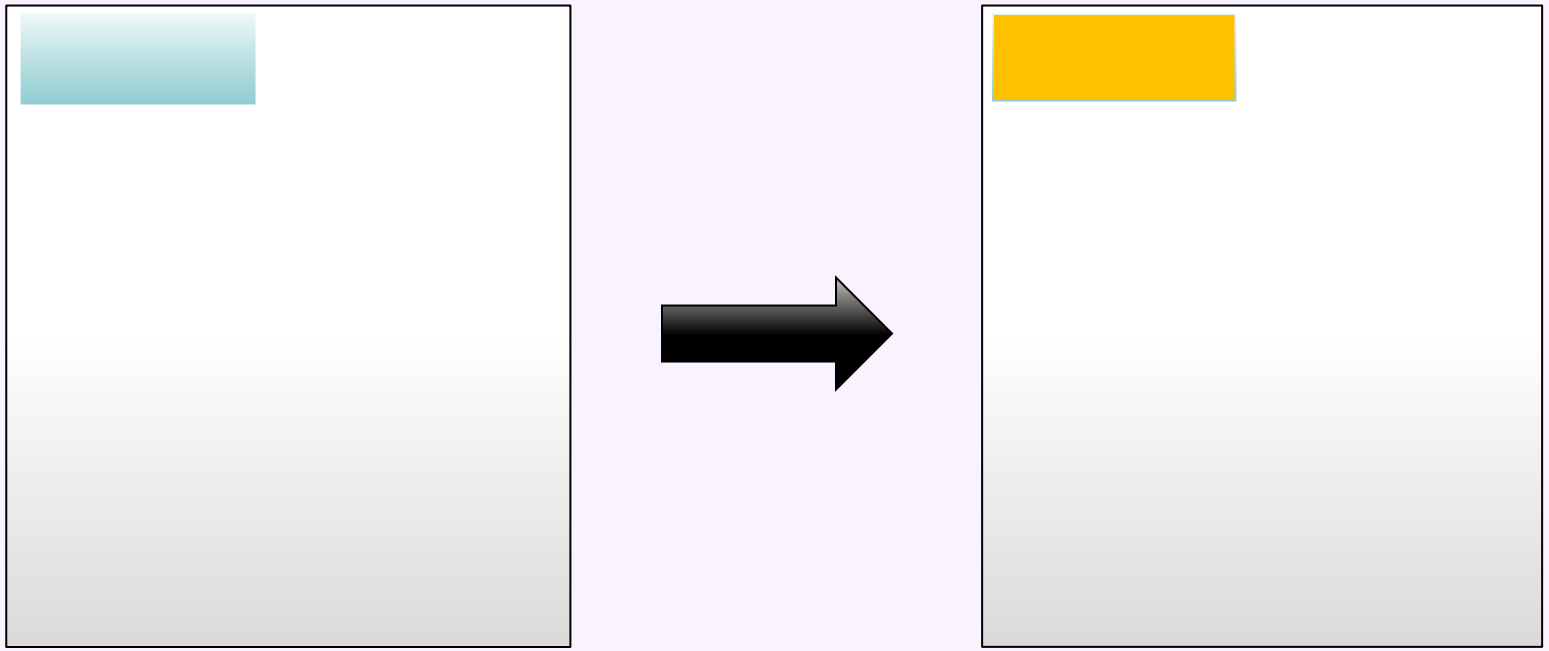


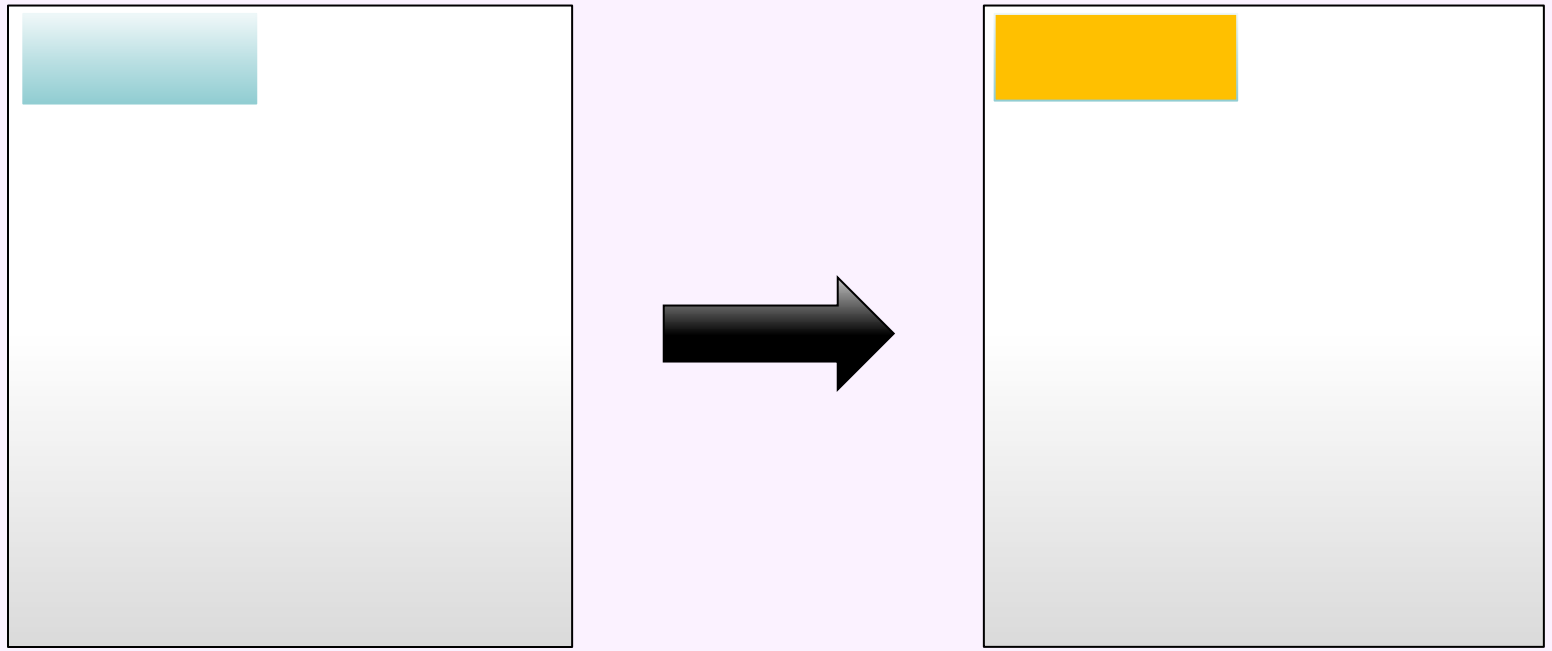


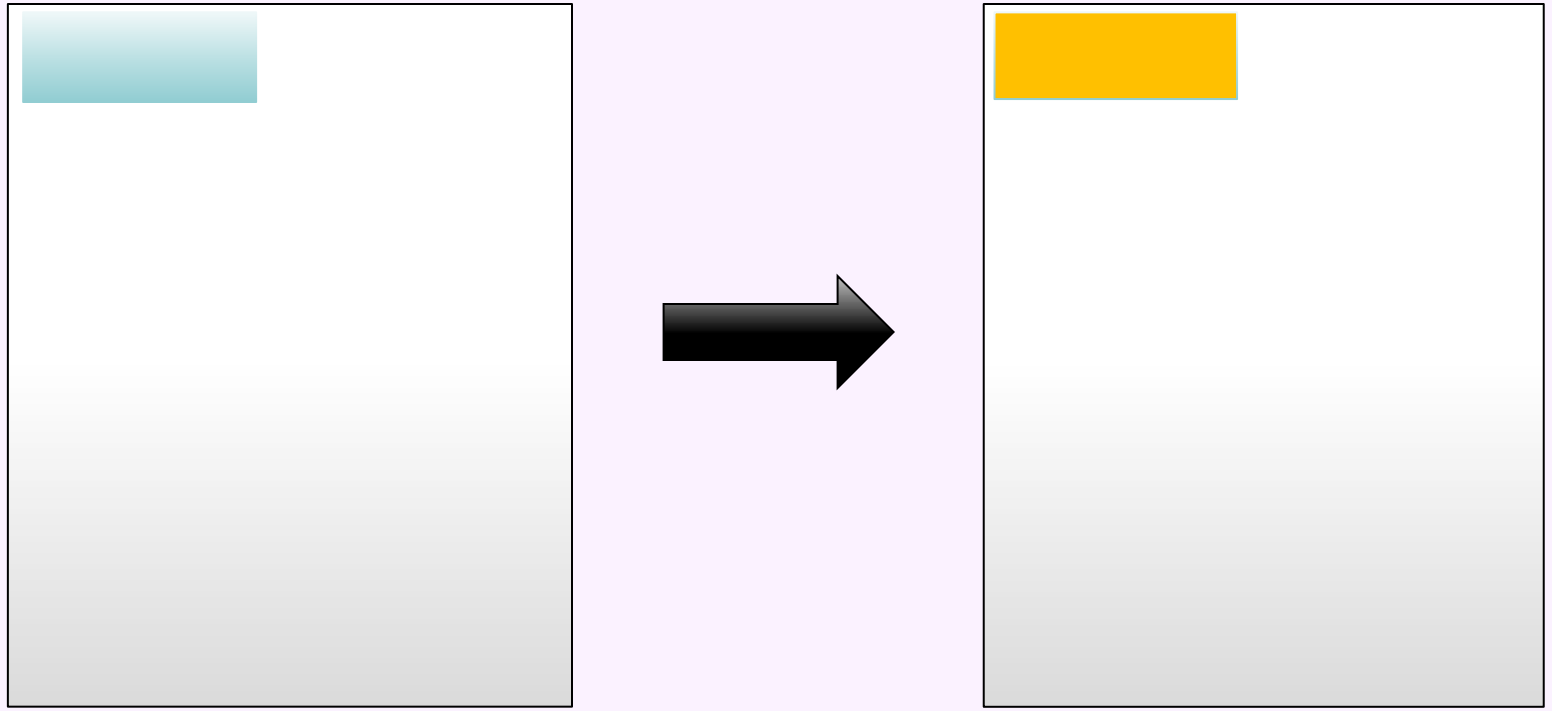


“ ”


02
part

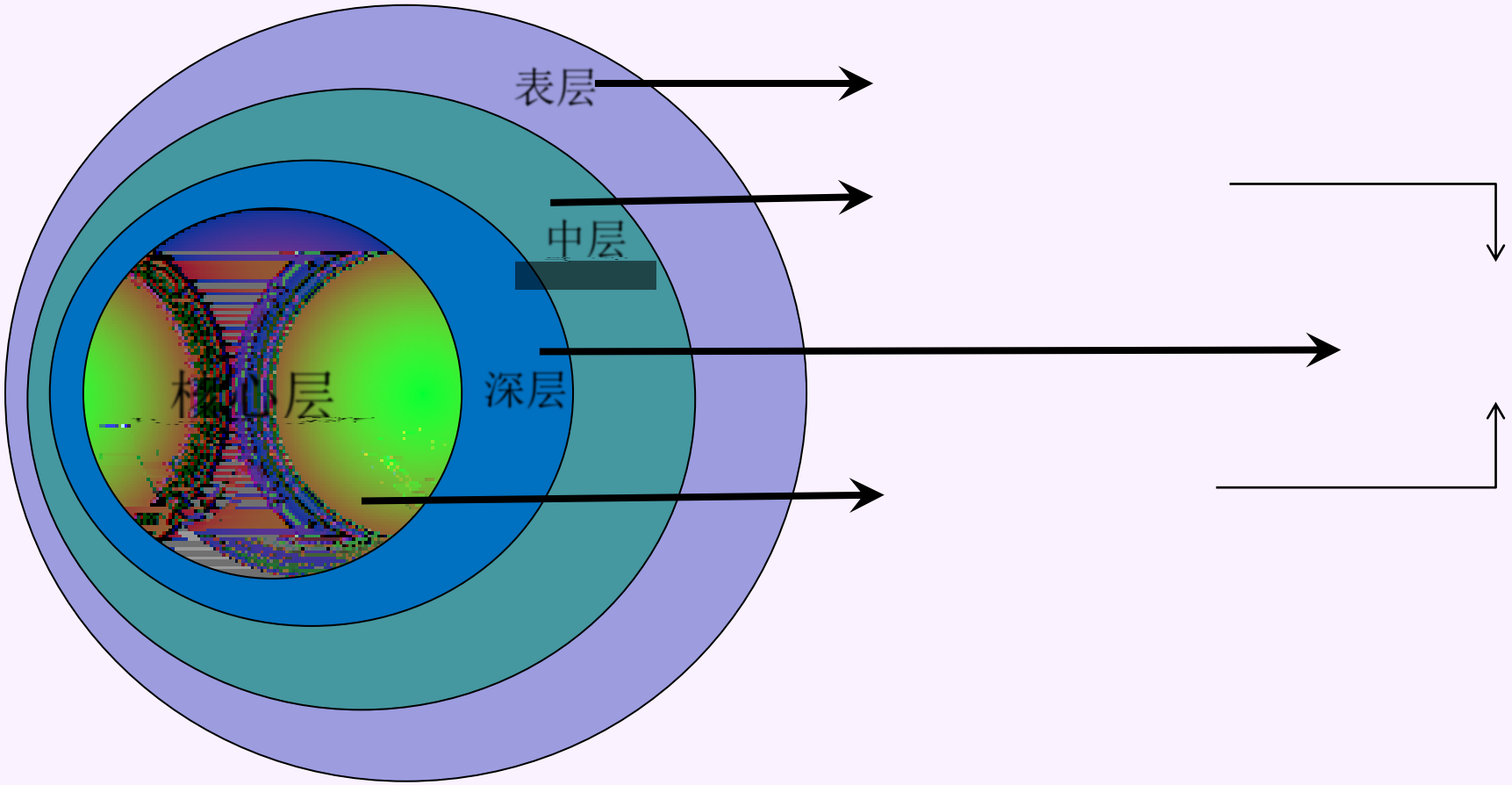


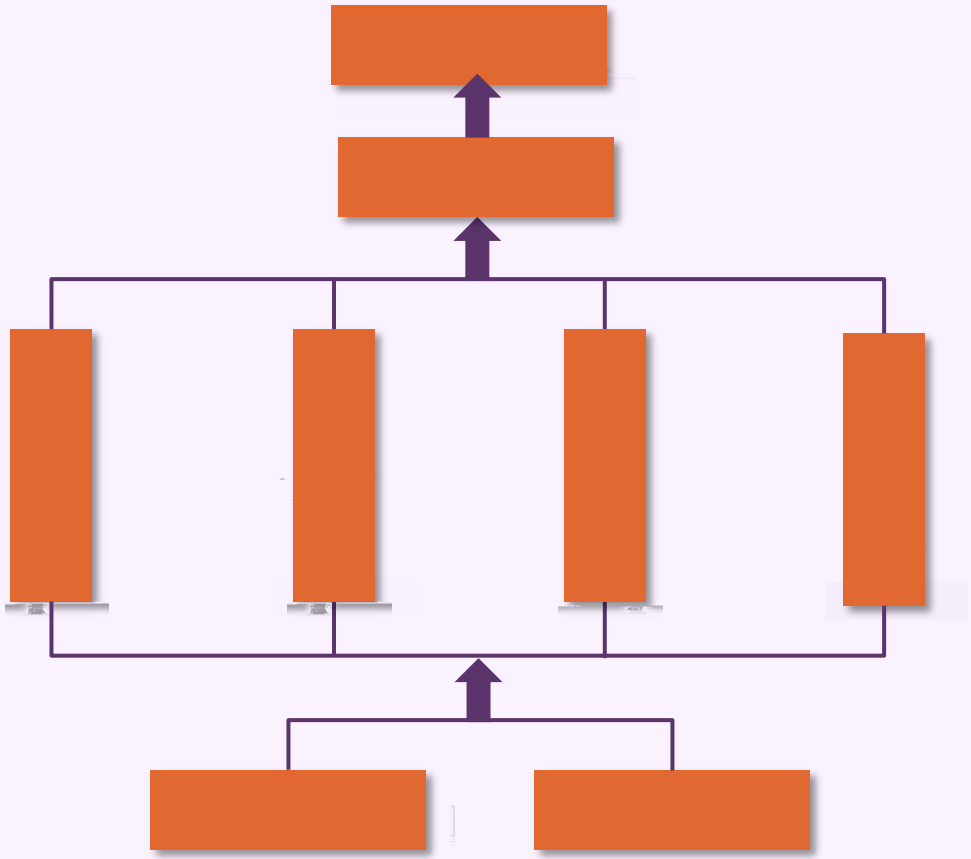


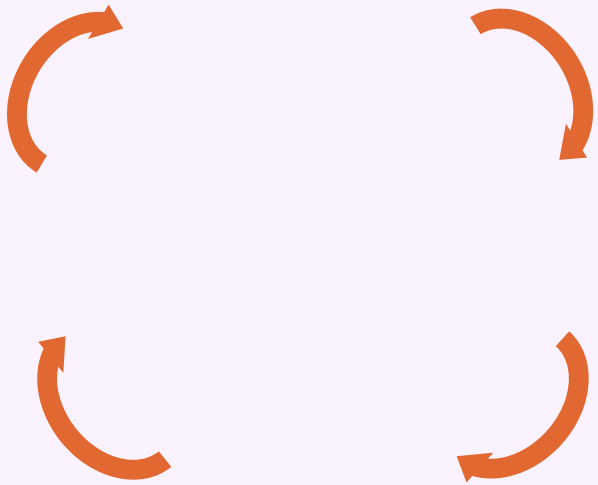


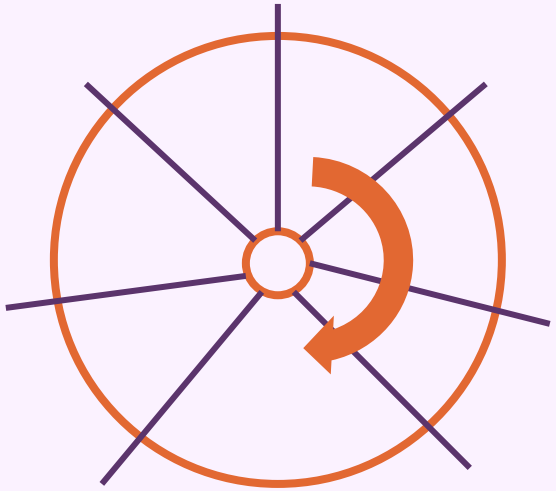



03
part


表层
中层
深层

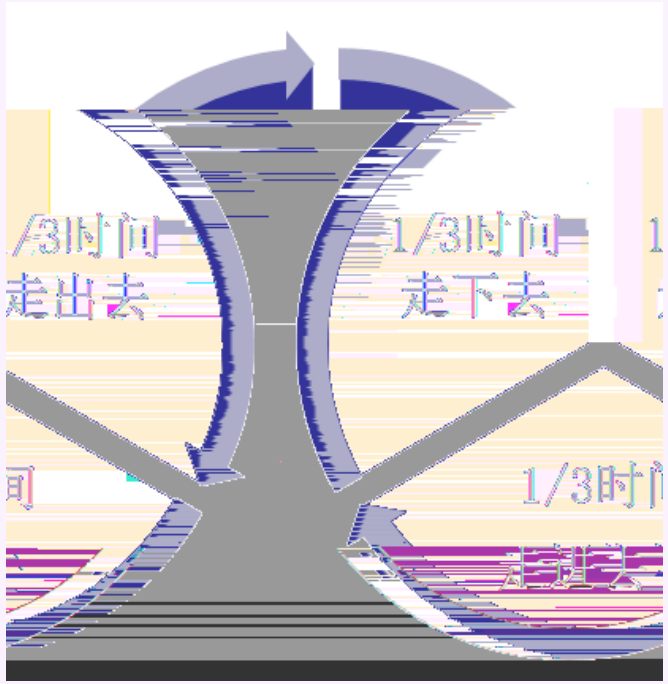




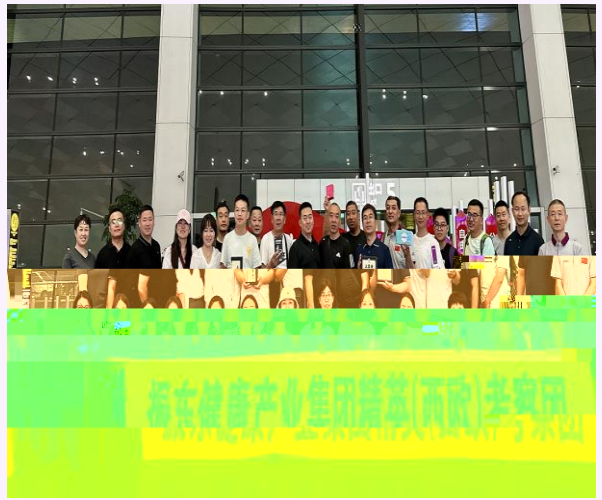


1

“ ”



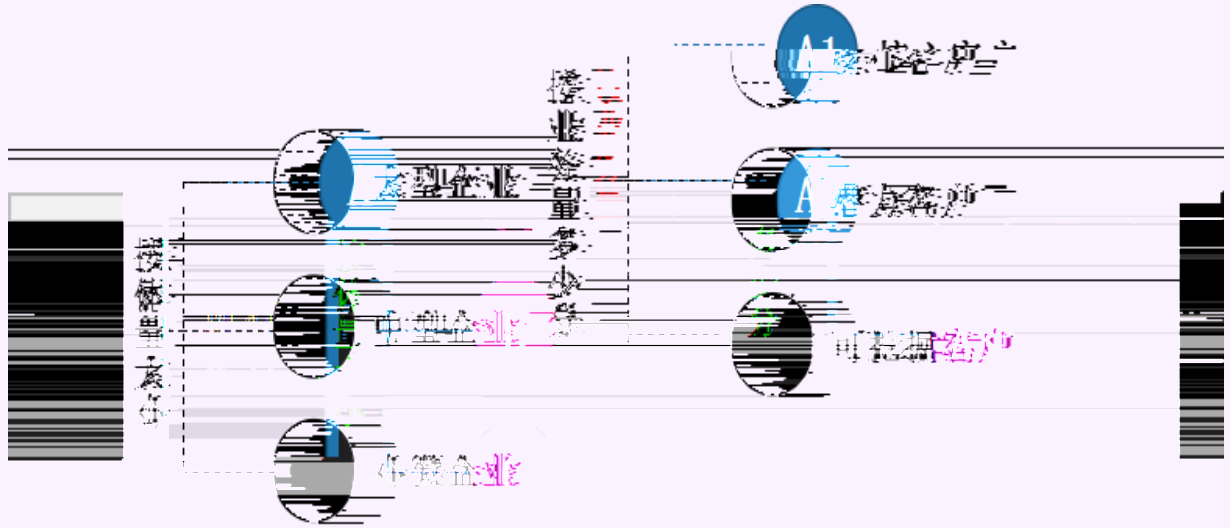






1

“ ”

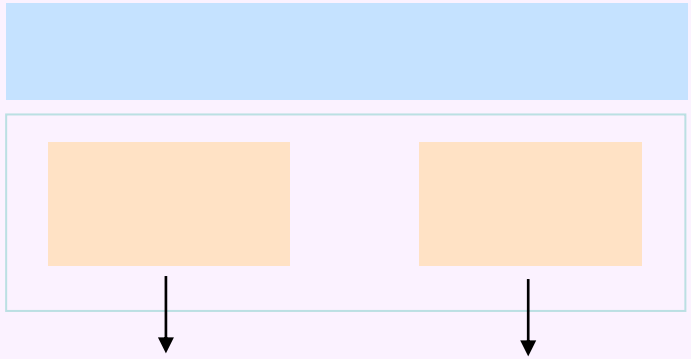


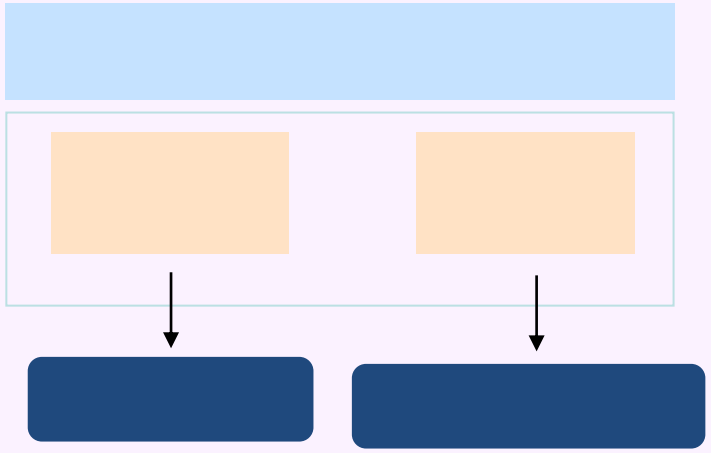
【注】也可以按业务量分ABC，按体量分123，可灵活运用

1

+ + +



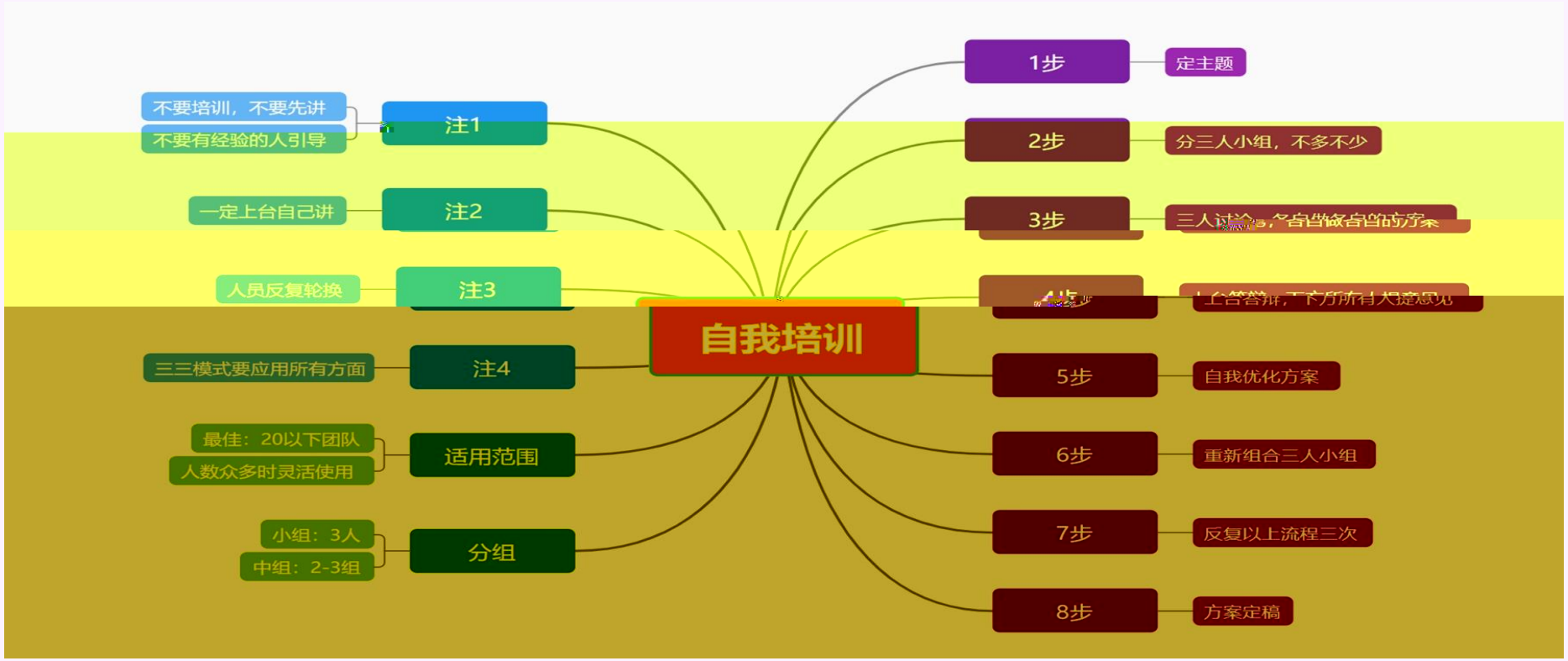





慎思笃行
求知悟理


行
为中国人设计
让中国人健康

2


自我培训
注1
不要培训，不要先讲
不要有经验的人引导
注2
一定上台自己讲
注3
人员反复轮换
注4
三三模式要应用所有方面
适用范围
最佳：20以下团队
人数众多时灵活使用
分组
小组：3人
中组：2-3组
1步
定主题
2步
分三人小组，不多不少
3步
5步
自我优化方案
6步
重新组合三人小组
7步
反复以上流程三次
8步
方案定稿

2

01

03

05

02

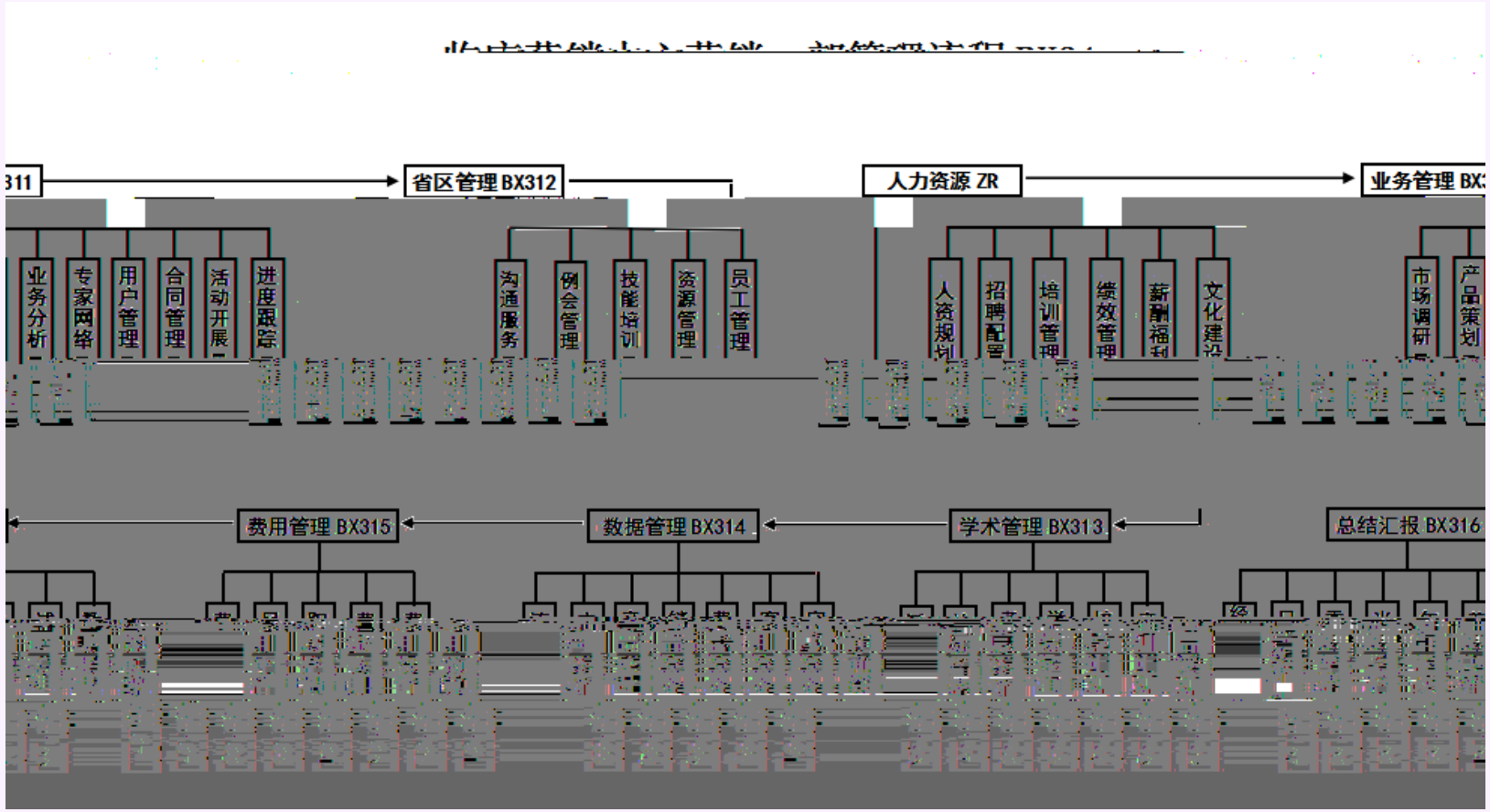
04

06

3

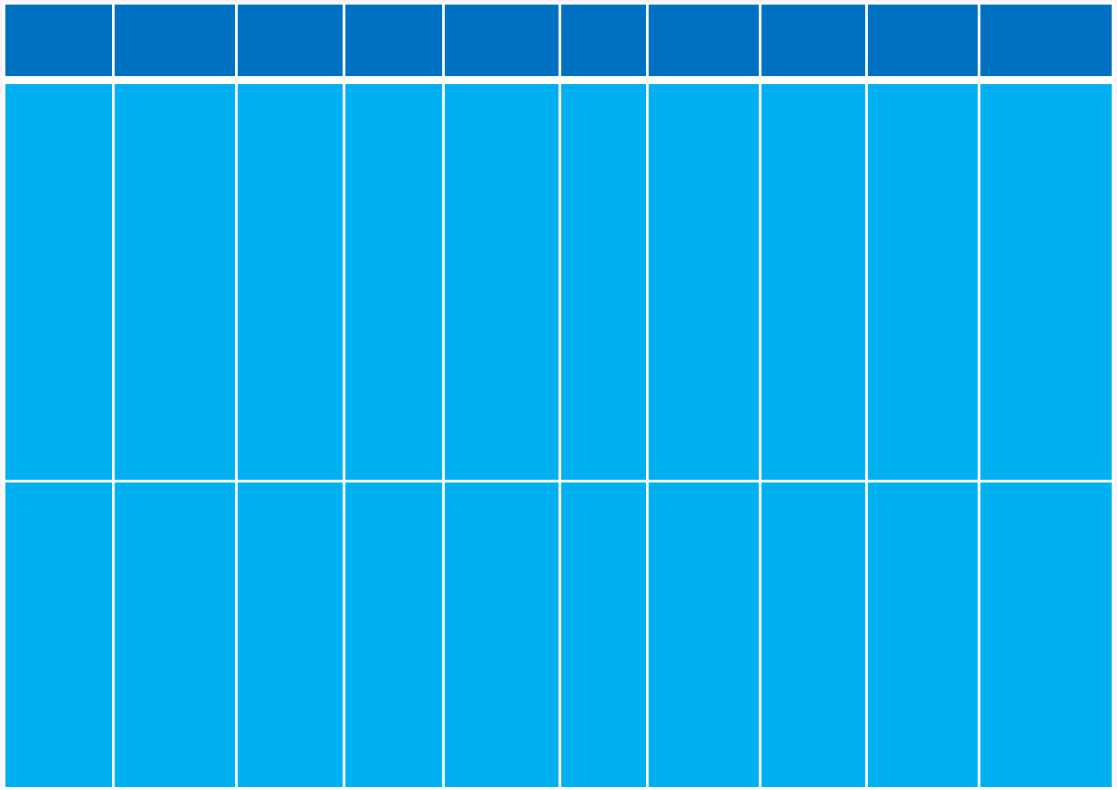
3

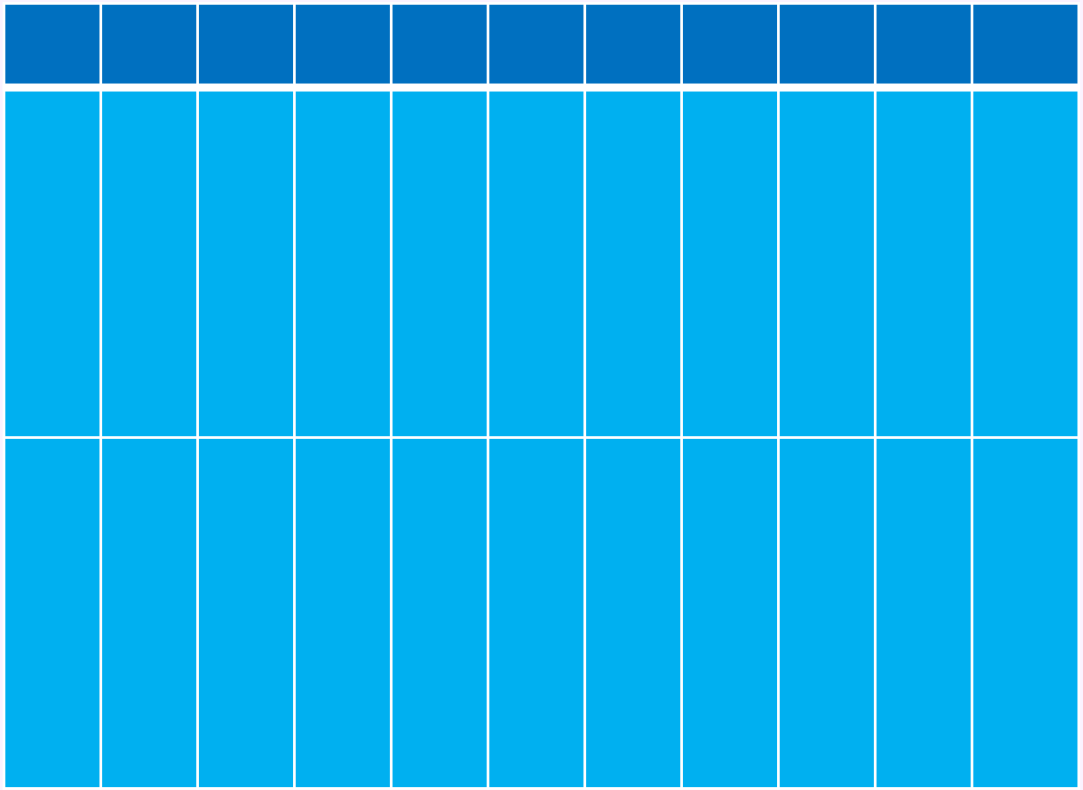
4


311
省区管理 BX312
人力资源 ZR
业务管理 BX
业务分析
专家网络
用户管理
合同管理
活动开展
进度跟踪
沟通服务
例会管理
技能培训
资源管理
员工管理
人资规划
招聘配置
培训管理
绩效管理
薪酬福利
文化建设
市场调研
产品策划
费用管理 BX315
数据管理 BX314
学术管理 BX313
总结汇报 BX316


素质考核
过程考核
目标考核

6

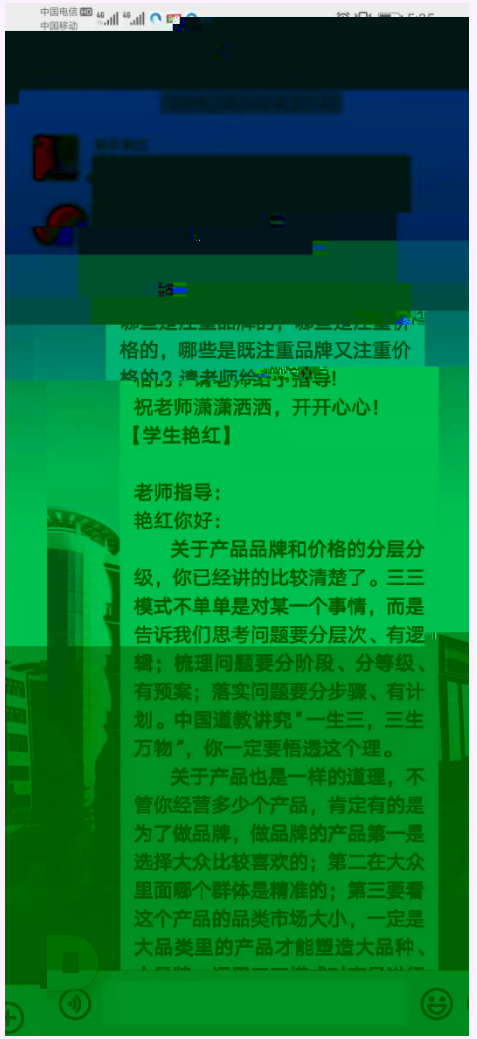




6



6


格的，哪些是既注重品牌又注重价
祝老师潇潇洒洒，开开心心！
【学生艳红】
老师指导：
艳红你好：
关于产品品牌和价格的分层分级，你已经讲的比较清楚了。三三模式不单单是对某一个事情，而是告诉我们思考问题要分层次、有逻辑；梳理问题要分阶段、分等级、有预案；落实问题要分步骤、有计划。中国道教讲究“一生三，三生万物”，你一定要悟透这个理。
关于产品也是一样的道理，不管你经营多少个产品，肯定有的是为了做品牌，做品牌的产品第一是选择大众比较喜欢的；第二在大众里面哪个群体是精准的；第三要看这个产品的品类市场大小，一定是大品类里的产品才能塑造大品种、



6

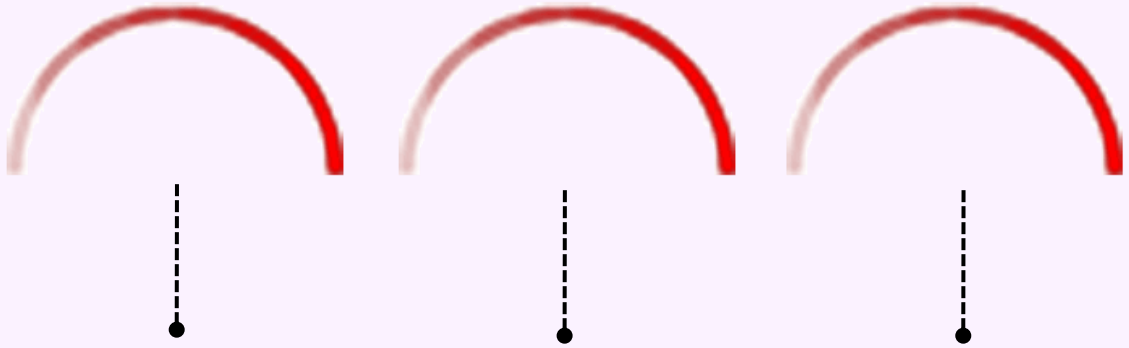
;

2

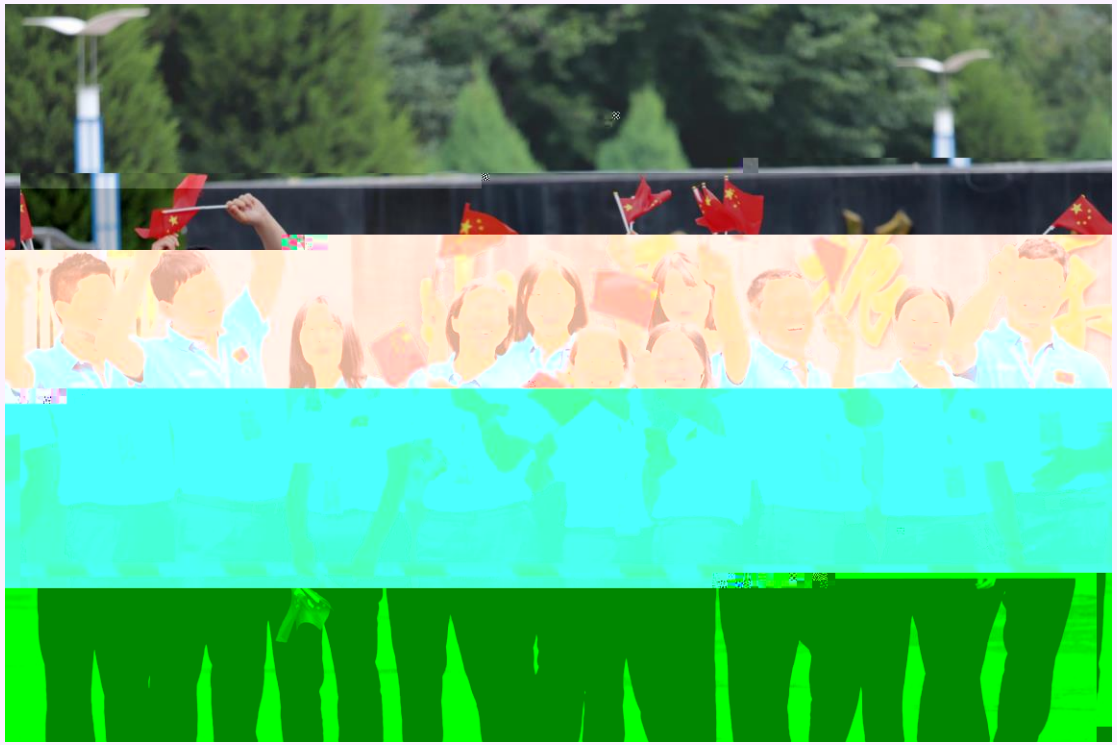
1

;

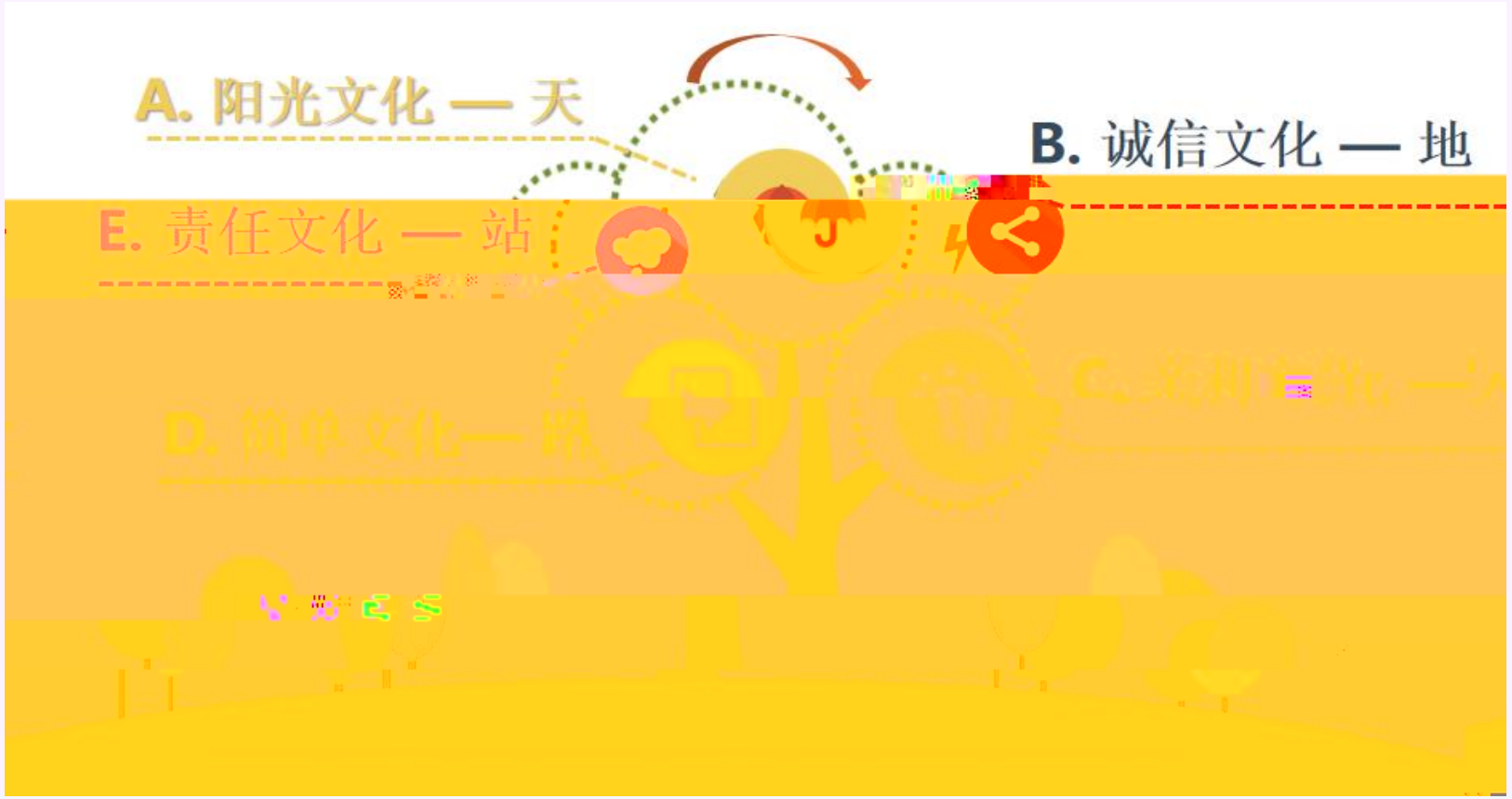
2



7



7



7



“ ”



“ ” ____

“ ”

26

7





“ ” _____

“ ”

2006 5

7000 “ ”



04 part

1

A

B

C

D

E

F

G



2

A

B

C

D

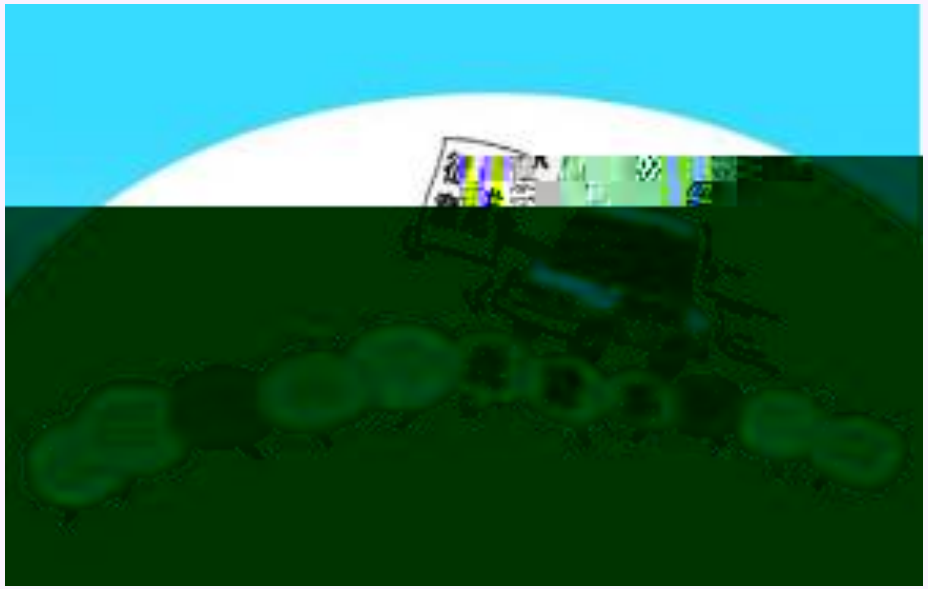
E

F

G

H

，




1.
2.
3.
4.
5.

1 ——

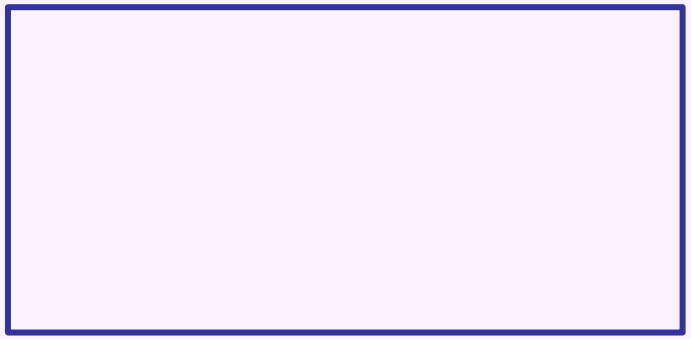
——

2 ——



——

3 ——



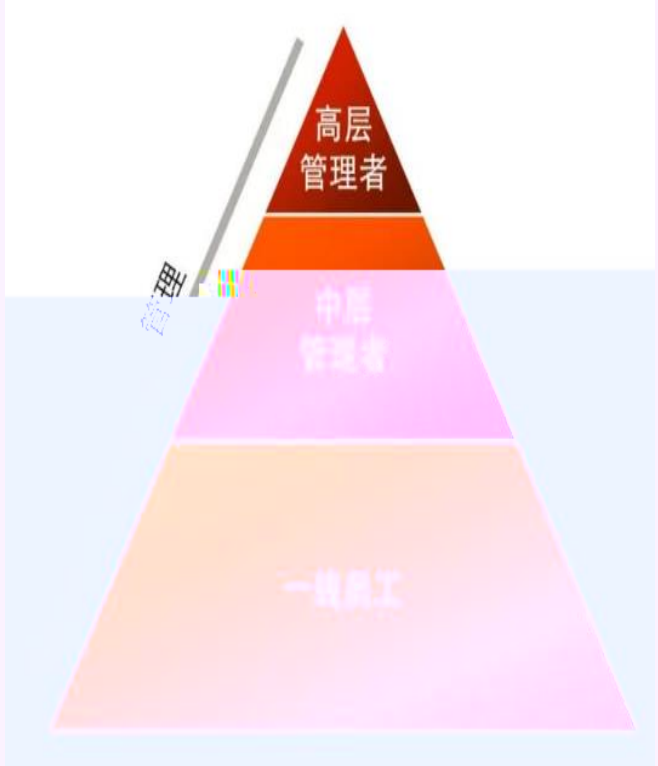
——

4 ——

“ ” “ ”

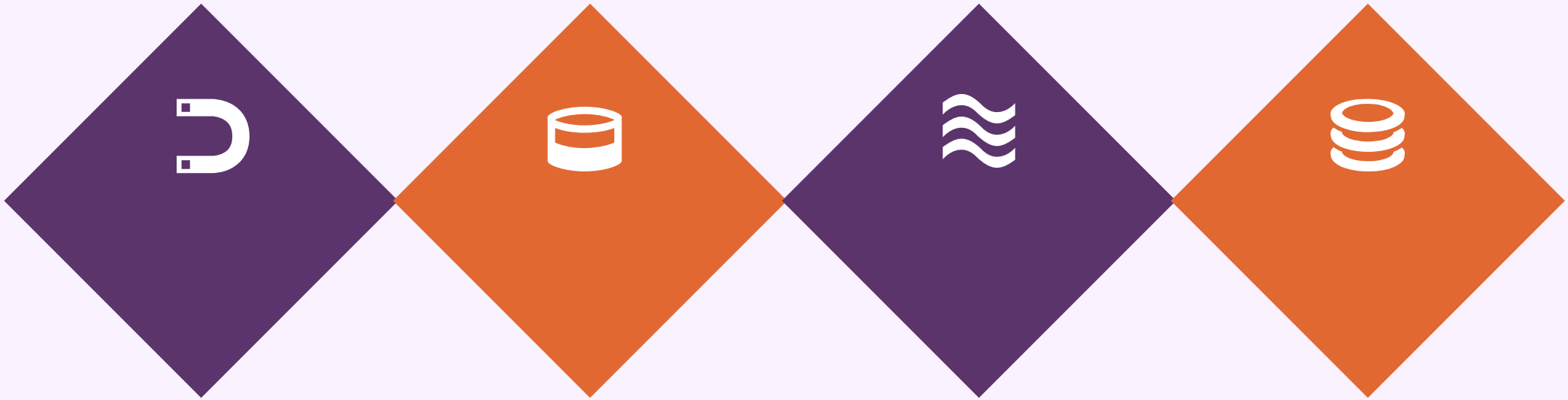
“ ” “ ”

“ ” “ ”



——

5





1 ———

1-3

1 ——



，　　，　　，　　，

2 ———

3-5

2 ——



3 ———

5-10

3 ——



4 ———

10-15

4 ——

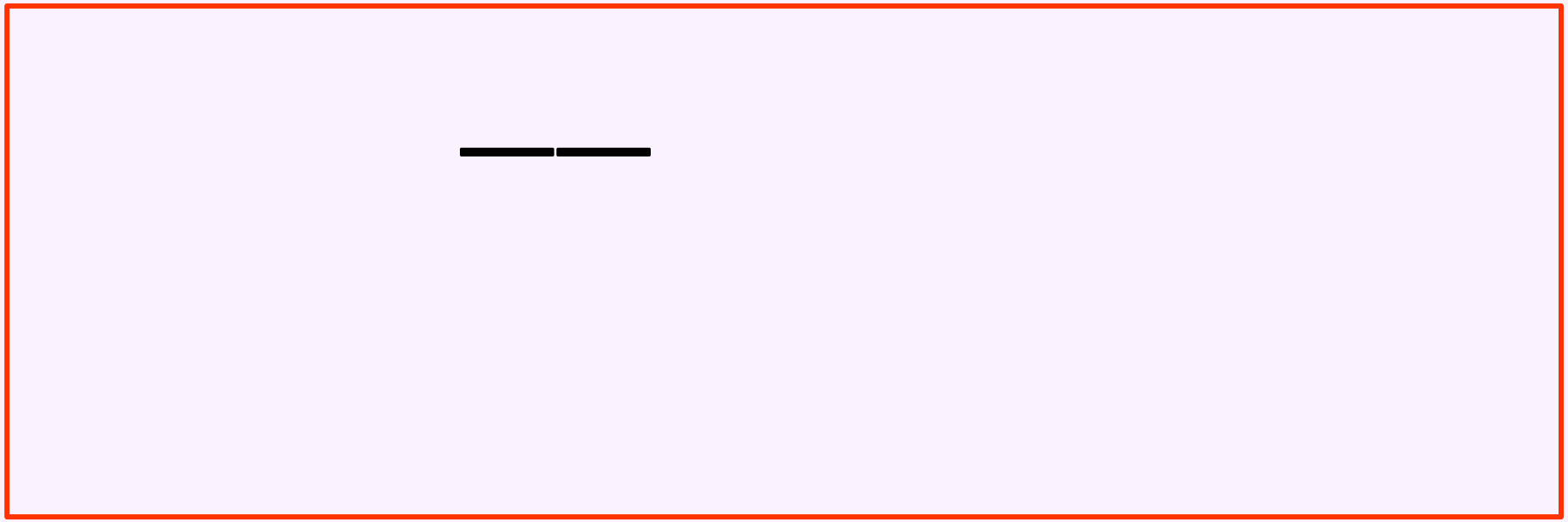


5 ———

20

5 ——






05
part

A

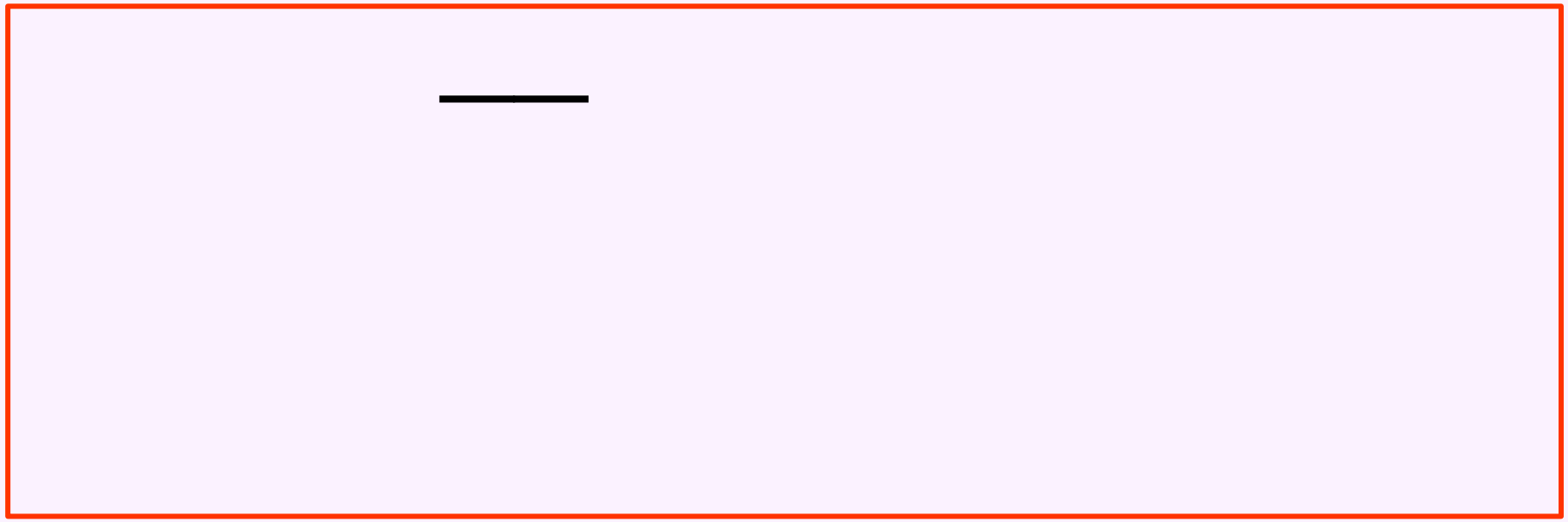
B

C

D

E





企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康