



深圳市兴远咨询有限公司

企业详情

企业官方注册名称： 深圳市兴远咨询有限公司

企业常用简称（英文）： BMI

企业常用简称（中文）： 兴远咨询

所属国家： 中国

中国总部地址： 深圳市龙岗区天安云谷3栋D座903

网址： https://www.xyconsultant.cn/

所属行业类别： 领导力发展培训、专业能力发展

在中国成立日期： 2010年6月2日

在中国雇员人数： 52

业务详情

1、主要客户所在行业：快速消费品、生命科学（如医药，医疗器械等）、汽车及零部件、互联网与游戏业、金融服务（如银行，保险，财富管理等）

2、曾服务过的客户案例

客户案例一：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	
客户当时的需求	该项目为客户“高潜人才”为期1年的明星项目-A计划培养对象为2年内入职应届毕业生中的优秀人才，合计88人，分两次课程进行。 主要培养目标为：关键人才培养并保留；通过公司级学习项目，为关键人才搭建共同学习的平台，营造正能量场域，降低未来跨部门沟通成本；五项基本素质能力的培养；提升职业修养与技能，发挥个人潜力，加速成才与个人事业发展。 A计划学习项目是用一个创新项目来串起一整年的学习，《商业设计思维》的课程也承载着挑战项目的开题部分。 在该挑战项目中学员需要以组为单位，独立承接完成一个具有一定



	挑战度的项目；在课程中不仅需要学员们清晰运用商业设计思维的相关工具，并能够在挑战项目中有一定的落地运用行为。
具体服务内容	针对该企业的目标学员群体的赋能培养需求，了解到此次创新项目开题的重要性，故采用线上、线下结合的形式开展项目。 训前： 1、课前阅读：IDEO 以人为本的设计指南(mid-res)、服务设计指南(midres) 内容：通过前期的阅读准备有对设计思维更清晰的认知，并能够形成前期的创新观点。 2、线上直播：如何跳出内部思维进行创新 内容：通过设计思维应用案例的实践，理解设计思维的基本理念和流程及适用范围进一步理清挑战项目阶段的课题设计。 训中（工作坊）： 1、快速理解商业设计思维的微循环流程，掌握深度理解用户和建立用户同理心并提炼洞察的方法，并从中获取与客户有关的真相； 2、构思尽可能多的想法并筛选出最合适的设计原型并链接测试场景以获取用户真实反馈，反思和学习商业设计思维流程，懂得如何设计商业生态系统与落地，同时设计属于自己的工具箱和流程。 训后： 复习材料-设计思维操作指南： 如何持续用设计思维的方法不断打破边界，不断的去挑战新的事务和优化创新课题。
服务成果	客户A计划高潜项目的“挑战项目”阶段，通过《商业设计思维》工作坊的学习，来厘定了创新创景，并将实际创新课题来进行基于客户场景的厘定，并现场进行MVP原型的搭建和路演，并基用户洞察和对问题分析的总结、聚类分析、讨论和评估，收敛产出了解决方案的视角。并且由甲方统计的课程平均分也达到了4.89的高分。

客户案例二：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	
客户当时的需求	本次课程安排是客户极具特色的“鹰系列人才培养计划”中“精鹰计划”的一部分。主旨是对“如何快速响应市场需求、产品路线选择和产品生命周期管理、机会洞察和解决方案研究、产品同质化的投入策略选择”等亟需解决的问题进行工作坊式的研讨和课程赋能。
具体服务内容	训前：对学员进行访谈调研，主要从验证客户的工作（在什么场景下，有哪些工作，优先级是什么，是否与我们的假设一致等）、验证客户的痛点



	（每个工作的痛点各是什么，以前是否发生过同样的事情，解决方法是什么等）到验证客户的收获（每个工作对应的收获是什么，以前是否发生过同样的事情，为什么会觉得是收获等）来进行访谈，进而对课程中的案例和课题进行定制化的设计。 训中：兴远咨询的郑雷老师以8字循环系统为起点，构建统一的商业讨论语言。基于建立的商业逻辑，老师进一步带领学员探寻客户的决策动机，建立产品价值与客户价值之间的链接，并通过2B/2C案例，让负责不同业务（2B/2C）的学员在面对不同客户细分群体时也能基于不同维度产生创新解决方案的思路。在初步的解决方案基础上，在老师的指导和跨界案例的启发下，学员开始思考价值优化的策略，及如何打造竞争优势壁垒，并通过价值原型设计与测试的方式，掌握了精益迭代的原则。课程最后，将规模化策略制定方法作为8字循环系统的闭环，在老师的引导下学员们共同设计了价值落地的路径。 训后：定制化作业设计，会给出作业参考示例，让参训学员基于业务真实情况，先完成业务现状的商业模式画布，并分析商业画布，厘清当前的商业模式存在哪些挑战，再完成客户洞察和价值设计，最后基于价值设计和挑战，重构一个新的能够承载价值主张和应对挑战的商业模式。
服务成果	在此次工作坊中，基于2B和2C这两个不同的业务场景，用泰康之家、五菱宏光、喜得利等案例（2B案例）及Airbnb、拼多多、米其林轮胎（2C案例），让负责不同业务（2B/2C）的学员在面对不同客户细分群体时也能基于不同维度产生创新解决方案的思路。兴远咨询分别做了定制化的区分，并同时开设了两个班，通过B端和C端的不同案例让学员更聚焦、清晰地了解客户价值设计与验证的相关知识。

客户案例三：

所提供的服务类别	专业能力发展
客户公司性质	民营
客户公司行业	
客户当时的需求	项目背景：该项目是客户“远航计划”，为期1年的培养，将从过去“坐着听课”焕新为“站着分享”，聚焦以“学员为中心”的学习模式，“带着问题来探讨、带着经验来分享、带着启发去应用”。参训学员主要是美的集团CEO减二贯穿研产销的核心骨干人群。 项目期待：【学·知识技能】价值链跨领域业务逻辑 + 财务、人力，掌握资源链接、管理与激发运用的技能。 【享·经验案例】通过学员分享实践案例、研习标杆企业的历史经验、问题调研诊断，互相学习探讨“为我所用”的可能性。 【用·为我所用】基于业务核心问题和挑战，建立“解构新问题探索新解

	法、敢于新尝试、沉淀新经验”的循环，迁移到实际工作中。
具体服务内容	结合远航项目的项目计划中分阶段的目标，分别设计了以下三个板块的内容：1. 理解业务的整体逻辑；2. 理解本部门职能在企业内部的价值链路；3. 学习基于关键成功因素定义研产销协同优化的价值突破口。通过将商业设计的各个环节与项目内容相结合来实现商业设计流程的植入与人才发展的结合。 训前：1、训前一周开设视频课程预习，将线下工作坊中的工具知识前置，让参训学员在线下工作坊中有更多的实际课题研讨的时间。 2、提供训前准备文件，主要是让其在训前来对竞对公司详细分析，包括差异化价值、核心资源、盈利模式、可持续性等等9个维度来进行思考。 训中：在讲师的引导下，建立业务的全局视角，认清自己的部门职能定位，同时将企业的目标与自己的目标、自己的价值与其他模块的联系进行清晰的构建； 训后：1、提供课后作业模板，主要让其基于美的集团的实际业务以全局视角完成业务的商业模式画布，并定位本部门职能与其他模块的关联 2、训后辅导：授课讲师会针对课程以及作业中的产出来进行针对性的课题辅导，充分探讨课题的可能性和可行性，进一步优化产品/服务的整体解决方案。
服务成果	1、打通研产销各自的竖井思维，让他们用科学的工具方法论来建立美的整体的商业全局观。 2、通过课程和辅导中的同行及跨行商业案例，启发学员破圈思考不同类型公司的创新。 3、以小组的创新课题串联整个课程及辅导的进程，同步促进研产销各个产品中心的服务和协同。 4、整个项目带入美的的真实业务课题，不仅厘清商业模式现状，也在辅导跟进的过程中去对环境趋势的选择、客户价值的提升进行迭代，最终也呈现优化后的业务课题。

档案内容更新2024年09月