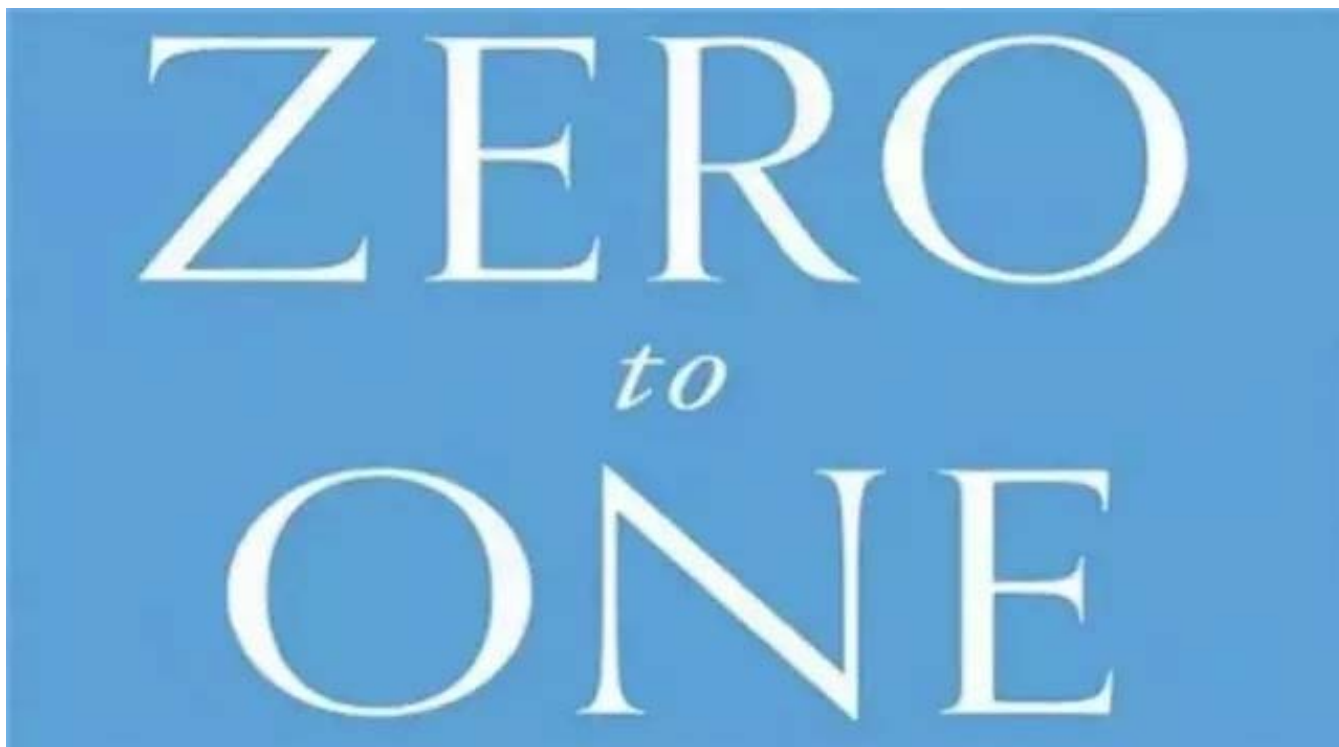


【干货】没空读《从0到1》，你起码可以看完这47页PPT

2015-03-20 Combrand 互上品牌营销



导读 《从0到1》是一本创业的战略战术方法论书籍，有些新观点非常值得关注。如书中所说，这是一场“是一场思维运动”，而不是手册；如果你没有时间看书，就必须看完这47页PPT，了解创新的秘密。

温馨提示：未关注的朋友请先关注“耶鲁财富”（微信号ylcf2013） | 高净值人士请移玉步至第八栏“耶鲁财富每周精选理财产品规划配置”，轻松把握市场上理财最新最优选择！

硅谷创投教父、PayPal创始人作品

斯坦福大学改变未来的一堂课/为世界创造价值的商业哲学

从0到1

[美]Peter Thiel 著

Powered by Jinkey

01

【工程问题】在什么重要问题上你与其他人有不同的想法？

02

【垄断问题】还有什么有价值的公司没有成立？

03

【持久问题】10年之后你的公司还能存在吗？

04

【时间问题】成功靠运气还是靠技能？未来靠机遇还是计划？

05

【秘密问题】你有没有找到一个其他人没有发现的秘密？

06

【人员问题】为什么放弃谷歌的高薪和威望而去你公司？

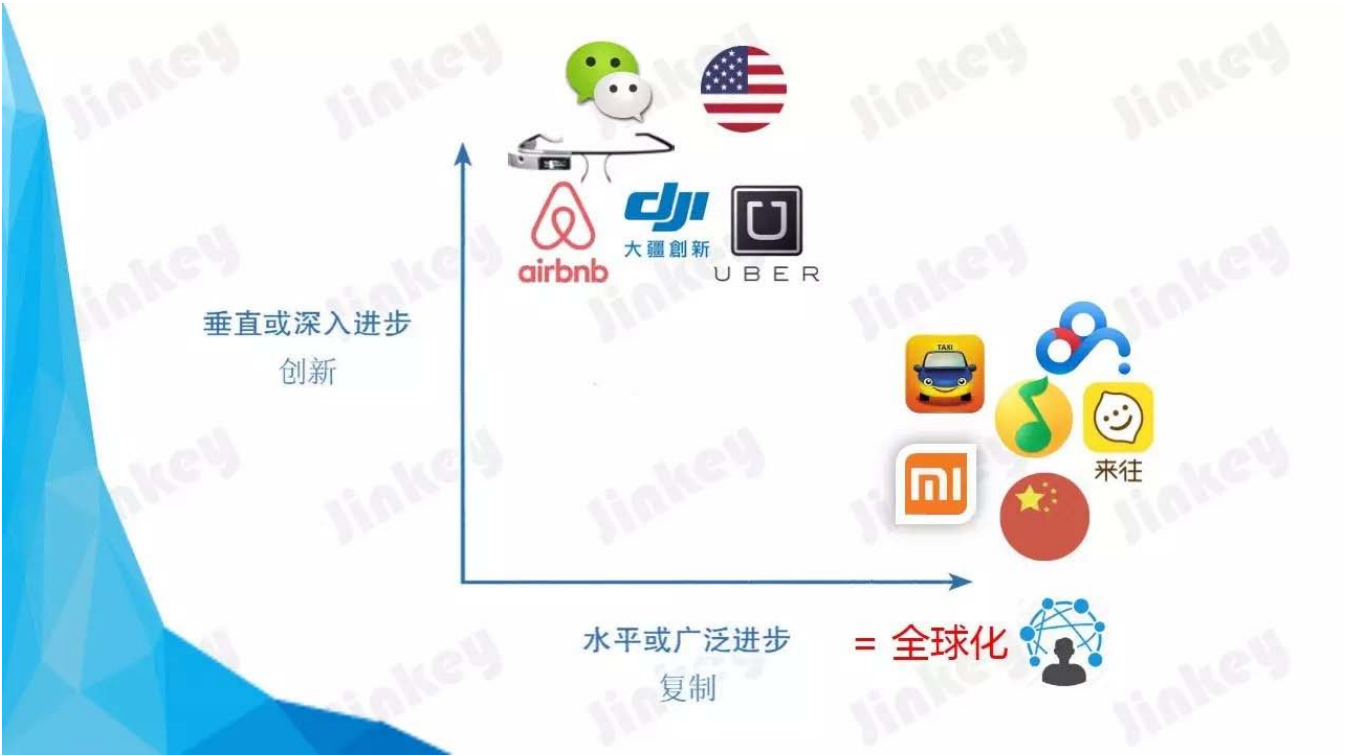
07

【销售问题】如何销售产品？除了创造产品，有没有有效的分销渠道？

0

蒂尔七大问

1



因为



既得利益者不愿意冒险

在资源稀缺的今天，丢掉科技创新的全球化不会长久

作者倡导



思维运动：质疑现有观念，从零开始重新审视自己所从事的业务。



音乐在播放，我们没法责备那些随音乐舞动的人。



但是我们可以...



01

识别出那些不切实际的大众观点，就能看到隐藏在这些观点背后的反主流事实。



02

流行观点的对立面可能是正确的

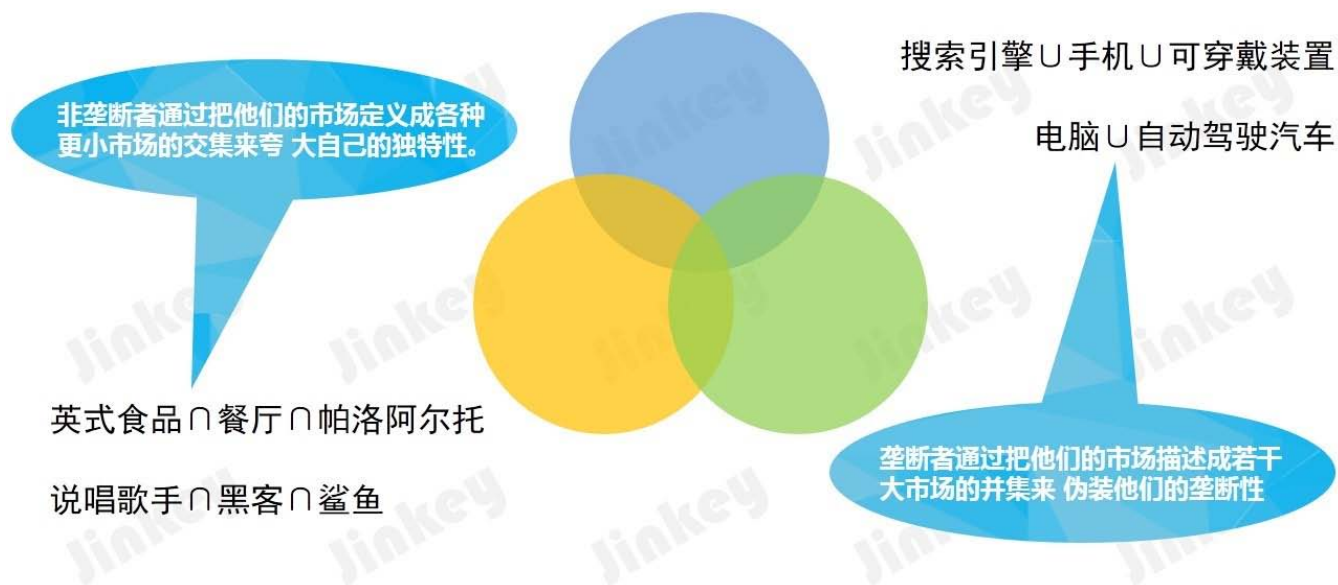
还有什么有价值的
公司没有成立？

问题二





交集？并集？谎言



我们对垄断的理解...



哄抬物价 消费者不利 打压创新者

其实垄断的好处...



创造新事物

社会进步

消费者更多选择

竞争意识从何而来？



教育体系

竞争的坏处

人们往往忽视了真正重要的事情，只把精力放在竞争对手身上。

竞争使人出现幻觉，徒劳去抓一些并不存在的“机会”。

如果你能看出竞争不能带来价值的提升，而是充满破坏力，那你就比大多数人要理智。

方法论

如果你不能把对手打败，那就和对手联合。

【持久】10年之后你的公司还能存在吗？

问题三

OR



垄断企业的特征



专利

10倍改进

QQ群号唯一标识专利
亚马逊云服务
Windows操作系统
iPhone手机



网络

越多人用越有用

从非常小的市场做起



规模

服务性企业难做成垄断企业

设计时应考虑大规模发展潜能

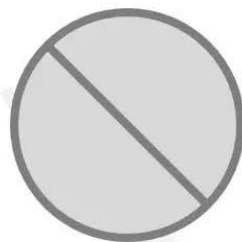


品牌

打造一个强势品牌是形成垄断的有力方式

实力先行

实现垄断的方法

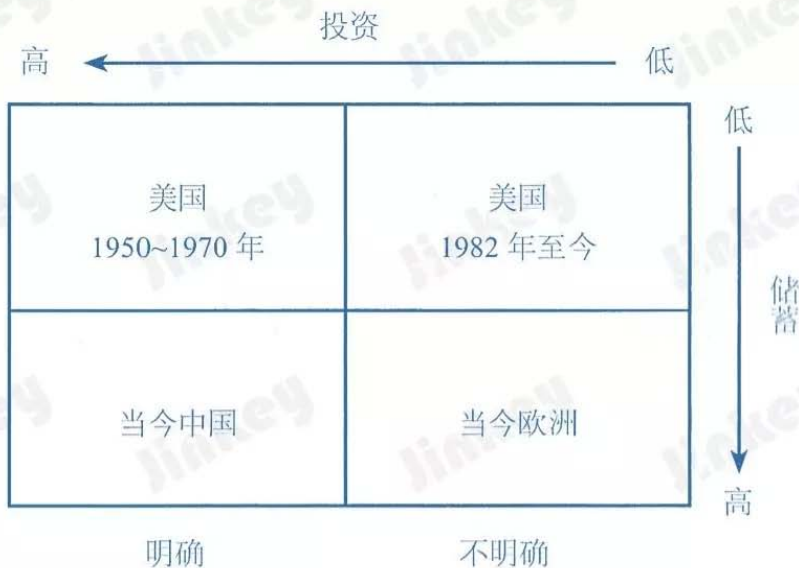


占小 扩大 不作恶

成功靠运气还是 靠技能？ 未来靠 机遇还是计划？

问题四

看待未来的方式



对未来不明确却很乐观



金融

钱成了最终目的



政治

迎合民意而非改善民生，不去规划国家蓝图



哲学

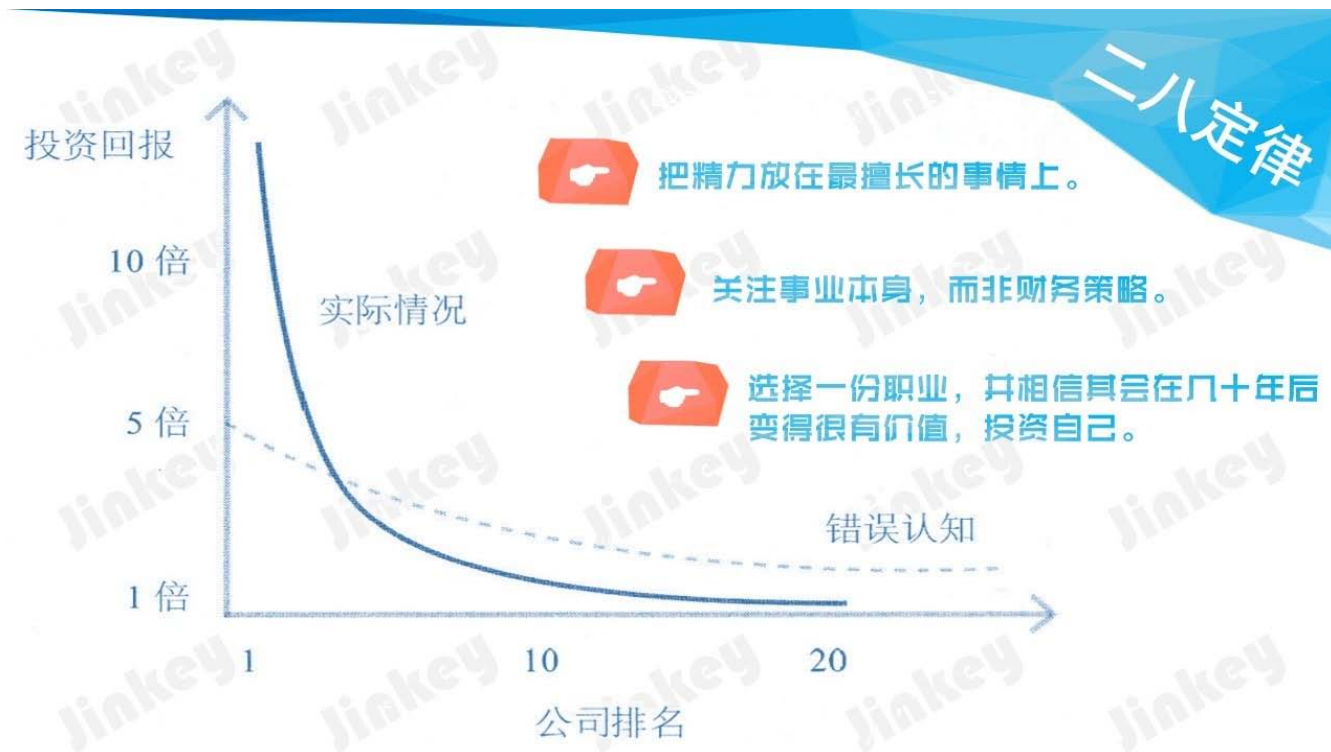
未来只是概率，一未追求平等而缺少活力



金钱是到达最终目的方法，精益创业是一种方法而不是目的，我们都把方法当成了最终目的。我们努力是一个过程，但却成了目的，因为没有明确的未来，我们只是在为了努力而努力。



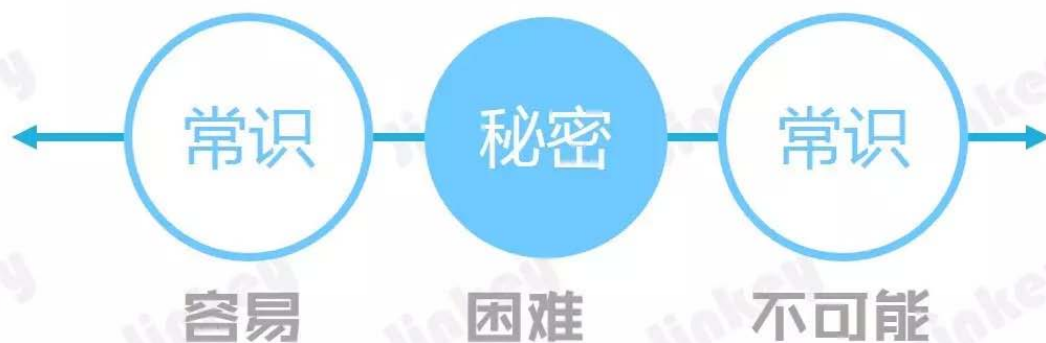
规划可以影响概率，我们不是
一张被概率决定命运的彩票。



【秘密】你有没有
找到一个其他人没
有发现的秘密？

问题五

.....



为什么人们不探索秘密？



渐进主义

从小我们便被教育 做事的正确方法是积跬步以至千里。如果超过正常进度，且学到了考卷范围以外的知识，你并不能因此多拿学分。



风险规避

人一生的目标变成不犯错，那么没理由和动力去探索秘密



自满情绪

社会精英既然能够舒舒服服地享用已有成果，为什么还要去探索秘密呢？



扁平结构

世界是“平”的。如果有可能发现新事物，难道全球人才库中更加聪明、更加有创造力的人还没有发现吗？

秘密有：



关于自然的



关于人的

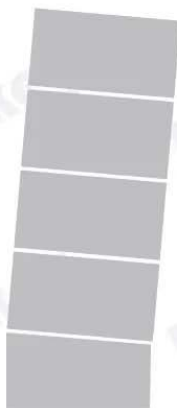
如何发现秘密

相信秘密是关键

最佳地方：无人关注的地方

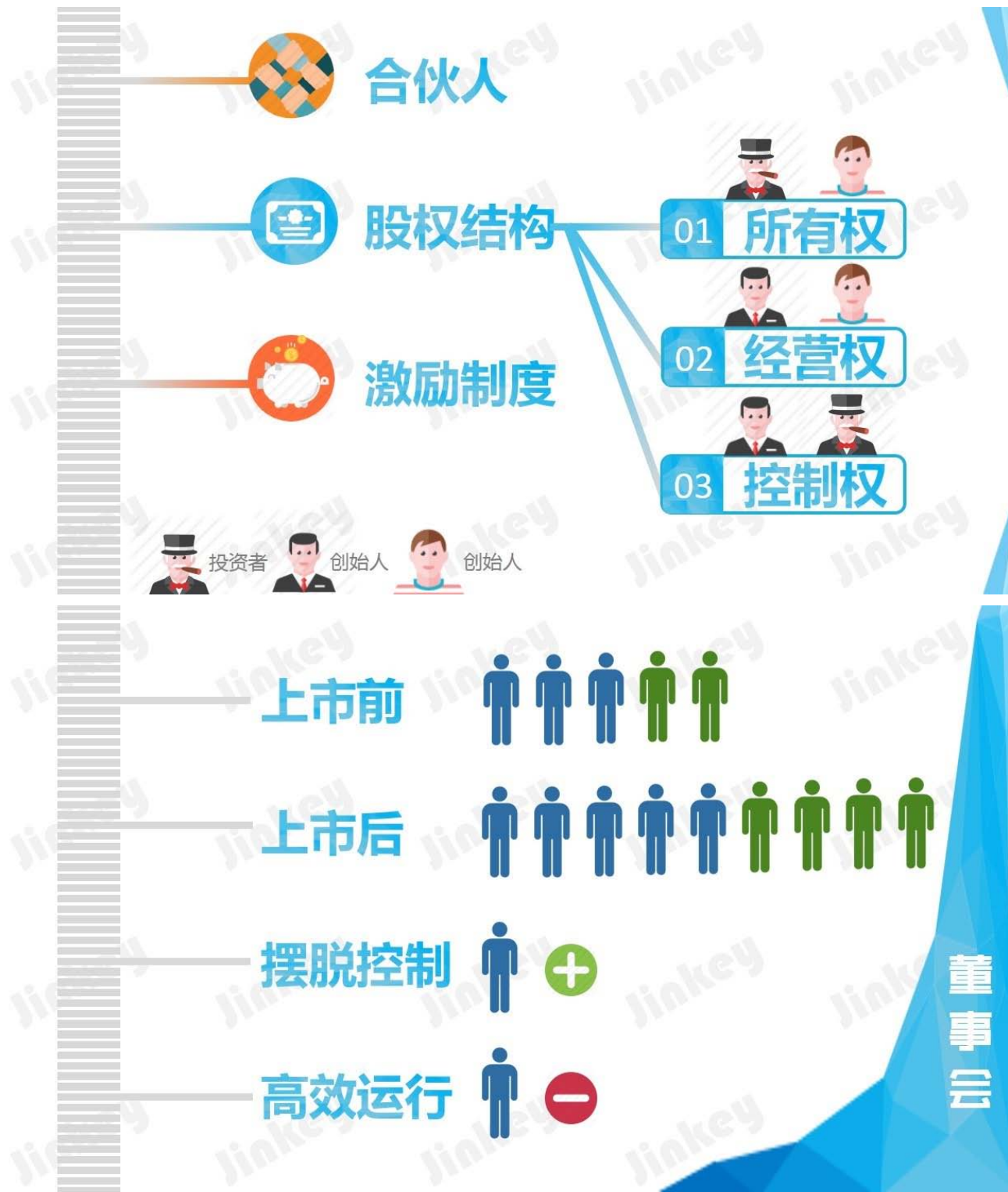
成功的企业都是基于鲜为人知的秘密而创立的。
当与人分享秘密时，你的听众就成了谋士

蒂尔定律



基础没打好的初创奇企业是无法挽救的





- 
- 01 高新诱使管理人员保持现状，而不是努力尝试
 - 02 远程工作尽量避免
 - 03 股票激励 > 现金红利 > 现金报酬
 - 04 CEO最低薪酬
 - 05 外聘人员倾向于考虑短期收益

激励制度

为什么放弃谷歌
的高薪和威望而
去你公司？

问题六

.....

帮派文化



团队标志



让每个人只负责一件事情



消除竞争

消除竞争更易于建立长久的纯粹的工作关系 以外的交情。

帮派文化



如何销售产品？ 除了创造产品， 有没有有效的分 销渠道？

问题七

如何销售



销售类型	销售单价	时间成本	增长	例子
复杂	七位数或七位数以上	数月建立关系，一两年内达成交易	20年内达到5%-10%	spaceX
人员销售	1W-10W美元	建立起流程，让精悍的销售团队尽可能地 向广大客户推销产品		企业QQ
市场营销广告	客户获取成本<客户生命周期价值，在其他渠道上不经济	几个月		P&G
病毒式	趋向于零	趋向于零	如果产品的核心功能 可以鼓励用户邀请其 他朋友成为用户，那 么这个产品才能进行 病毒式营销。	Facebook

销售漏斗法则



如果你有一条有效的销售渠道，你就能成功。如果你尝试了多种销售渠道，却没有一个有效，那你就等着关门吧。



除了客户，向员工、投资者、媒体推销公司和产品



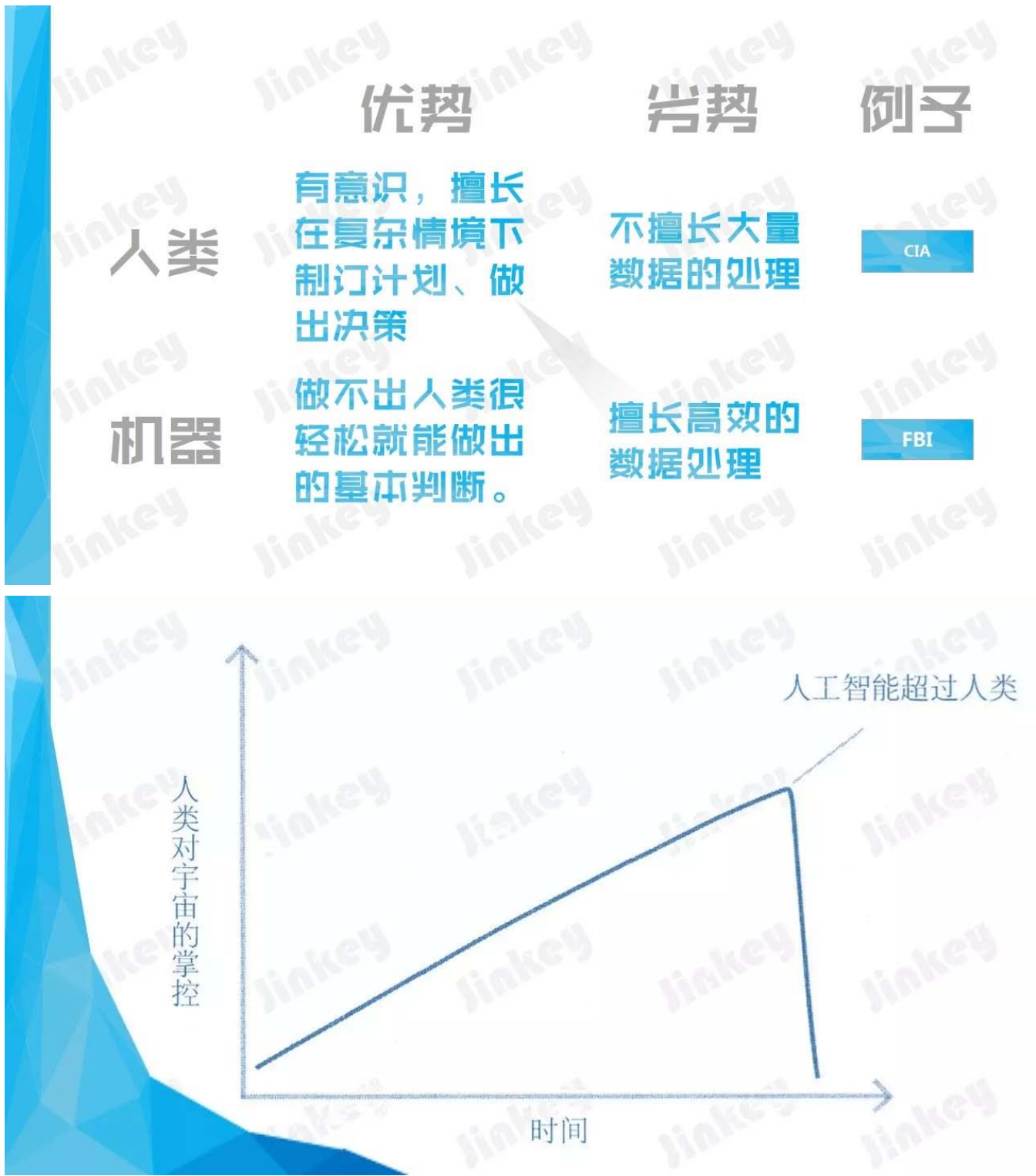
环视四周，如果没有看到销售员，那么你就是。

聪明的计算机： 朋友？敌人？

展望
一
..

表 12-1 全球化与科技的不同

	(劳动力) 供给	(资源) 需求
全球化 (其他人)	替代： “世界是平的。”	消费者竞争 相同的资源
科技 (更强大的计算机)	绝大多数 起补充作用	机器不会提出需求： 所有价值流向人类



通常，我们认为对立的特质互相排斥，例如一个人不可能既贫穷又富有，但这常常发生在创始人身上：初创公司的首席执行官名义上是百万富翁，手里却没有现金。

创始人悖论

硅谷创投教父、PayPal创始人
最后问自己

停滞不前？临近奇点？

[美]Peter Thiel 著

Powered by Jinkey



长按二维码，自动识别，添加关注

来源：耶鲁财富

互上品牌营销 致力于为客户提供全面的品牌策划、
营销咨询、广告创意及整合设计传播解决方案。



深度营创品牌价值*
价值构建 > 形象构建 > 整合传播

12 深耕
Since 2002

互上品牌™
品牌价值构建与呈现

互空间™
连锁商业空间设计

互影像™
宣传片·TVC·微电影

互上公关™
公关活动定制

ComMedia™
互上精准
数字媒体精准营销

TEL: 400 663 7388 (0755)8633 7388

www.combrand.cn

