

战略澄清 · 准备表

填写说明：用几分钟把背景信息理清楚。填得越具体，AI 帮你准备得越准。不确定的可以留空，AI 会再问你。填完后，把本表内容连同提示词一起发给 AI。

01 用一两句话，说说你现在心里那个『战略』是什么？

模糊、不确定也照写——先把脑子里的原始版本倒出来，这是澄清的起点。

示范 我们想做面向中小制造企业、最懂工厂场景的 SaaS，靠快速实施和贴身服务打开市场。

我的填写：我们想做东南亚最懂本地用户的 AI 应用，从 AI 助手切入，谁用得多久就往哪个场景深做，先把用户规模和日活冲起来，再谈变现。

02 你的目标客户是谁？有哪些客户你特别不想要、或决定不服务？

锁定『在哪竞争』。你刻意排除的那部分，往往比你服务谁更能说明战略。

示范 目标是 100 到 500 人的离散制造企业；不做大型集团（决策链太长），也不做小作坊（付费力弱、需求杂）。

我的填写：目标是东南亚的年轻个人用户，尤其印尼和越南的下沉市场，价格敏感、爱尝鲜。但说实话现在 C 端个人和 B 端商家两头都在接，谁给钱要谁——这事我心里也没底，不知道算不算『什么都想要』。

03 客户为什么选你而不选别人？你提供的、别人难以替代的独特价值是什么？

这是『如何取胜』的核心。别写『性价比高』这种谁都能说的话，写出别人学不来、或不愿学的那一点。

示范 我们的实施顾问全部有工厂一线经验，听得懂车间问题，两周让系统真跑起来；大厂用标准化团队做不到这种贴身，也不愿为中小客户投这么重的人力。

我的填写：我们的模型在东南亚小语种和本地语境上调得比通用大厂更顺，听得懂当地俚语、宗教和生活习惯，回答不『翻译腔』。大厂的通用 AI 听不懂当地人在说什么，我们听得懂——但这一条还能领先多久，我心里其实在打鼓。

04 支撑这个独特价值的，是你的哪些能力或资源？这些是你已经有的，还是要新建的？

诚实区分『已有』和『待建』。把还没有的能力当成已有，是战略落空最常见的原因。

示范 已有：20 人懂工厂的实施团队、沉淀三年的行业模板库。待建：能支撑规模化的标准实施流程（现在重度依赖几个老师傅），以及客户成功体系。

我的填写：已有：一支能把开源模型针对东南亚做精调的算法团队、三年攒下的本地语料。待建：真正落地的本地化运营和商业化能力（现在几个国家全靠总部远程遥控加几个外派的人撑着），还有能扛规模的海外团队管理体系——基本还没有。

05 为了聚焦，你已经或打算放弃哪些机会、市场或做法？

没有放弃就没有战略。如果这一栏写不出东西，说明战略还没真正成形——这是最该停下来想的一题。

示范 放弃了去年很赚钱但不可复制的定制开发项目（拖住产品节奏）；也放弃了进军零售 SaaS 的诱惑，哪怕赛道更大。

我的填写：（这一栏我写不太出来……）我们好像什么都没真正放弃：三个国家都在做，AI 陪伴、AI 客服、AI 教育都在试，个人和企业客户都在接。每个方向都有点起色，所以每个都舍不得关——可能这就是我最该停下来想清楚的地方。

06 这套打法能成立，背后你默认『市场、客户、对手会怎样』？写下最关键的几个判断。

每个战略都押了几个对世界的判断，它们通常藏在水面下。把它们摆上桌——澄清战略，很大程度上就是看清自己在赌什么。

示范 我赌：一、中小制造企业未来三年数字化预算持续增长；二、客户更看重能不能落地，而非功能多少；三、大厂短期内不会下沉来抢这块市场。

我的填写：我赌：一、东南亚 AI 应用还在早期，先把用户规模做起来就能建立优势；二、本地化是大厂短期内补不上的壁垒；三、用户先冲规模、变现往后放，资本会继续给钱让我们冲。这三条只要有一条不成立，现在这套打法可能就站不住。

07 如果现在问你的团队『我们公司的战略是什么』，他们大概会怎么回答？和你心里的版本一致吗？

澄清不只是为你自己想清楚，更是为了能讲清楚。团队的答案，是检验战略可传达性的一面镜子。

示范 销售大概会说『我们做制造业 SaaS』，**产品**会说『我们做工厂数字化』，但没人说得清我们到底为谁、靠什么赢——这正是我要澄清的。

我的填写：印尼那边的人会说我们做 AI 陪伴 App，越南团队以为重点是 AI 客服，产品同学说我们是 AI 平台公司，销售说哪个能签单就做哪个——没人说得清我们到底为谁、靠什么赢、主战场在哪。这恰恰是我最想澄清的：连团队都讲不清的战略，根上就还没想透。