团队激励与沟通

汇报人：岑泳德
观点记录者：王宏柏，林博
PPT制作者：张军华，肖志伟
作业提交者：郑必成

问题一

阿迪达斯的市场份额极大减少是市场不确定性导致的吗？

组内观点：

林博：

不是，是由于阿迪达斯固守原有的策略，缺乏对市场不确定性的正确判断，导致其在新市场的竞争力减少而失去了大量市场份额。

岑泳德：

不是。市场份额的极大减少归结于阿迪达斯对于未来市场的发展采取的消极决策。轻视其他的公司，不能把握市场发展前景，没有及时做出远见性的决策导致发展方向无法跟随市场潮流。

王宏柏：

不是，市场的不确定性并不是他份额减少的原因，决策失误，眼光不够独特才是他们的问题

张军华：

不是，虽然市场具有不确定性，但只要领导者能敏锐的预判，做出规划还是能在市场中抢占先机，但阿迪达斯的领导者却是认为固守比较重要，从而放弃了这些机会，导致市场份额大量减少。

肖志伟：

不是，阿迪达斯的极大减小是因为没有很好的区开拓别的运动领域，缺少探索精神，在慢跑市场明朗的情况下也没有大规模进入市场，这是管理者的决策问题。

郑必成：

不是，是因为阿迪达斯的决策失误，它过于保守，没有凭借它的运动产品先驱的优势大规模进入慢跑市场。

问题二

耐克公司的管理者制定了什么决策使它成功？

不断的投入资金进行研究，不断的改进技术，从而使产品质量，不断提高生产风格多样化，满足了不同消费者，不同市场的需求。

（1）产品研发紧跟市场需求。

（2）最大限度迎合市场多样需求。

（1）对市场进行深入研究。

（2）充分吸纳人才，强大自己的团队。

（3）敢于创新挑战，抢占先机。

富有进取性和创造性，致力于研究和技术改造，为消费者考虑，通过研究消费者的喜好来开发产品。

制定了加大对球鞋的研发，多种风格款式多，并且在广而告之方面做得很好

愿意去尝试，能够抓住顾客想要的东西，创新的思维，并且能够抓住重点，把时间成本投入到自己核心技术的钻研。

问题三

阿迪达斯管理者应该采用什么措施改变市场局面？

（1）拓宽市场调查。找到下一个发展的风口，探究风口有利于未来公司发展方向。
（2）积极创新引领市场。研究在同类产品中尚未开发的特性，积极将其发展使其成为产品脱颖而出的亮点。

（1）不断改造技术，从消费者的角度开发产品，大胆尝试，不能过于保守。

（2）先要端正自己的态度，要用心去感受顾客的想法，积极推动对产品的开发，并且拥有自己的特点

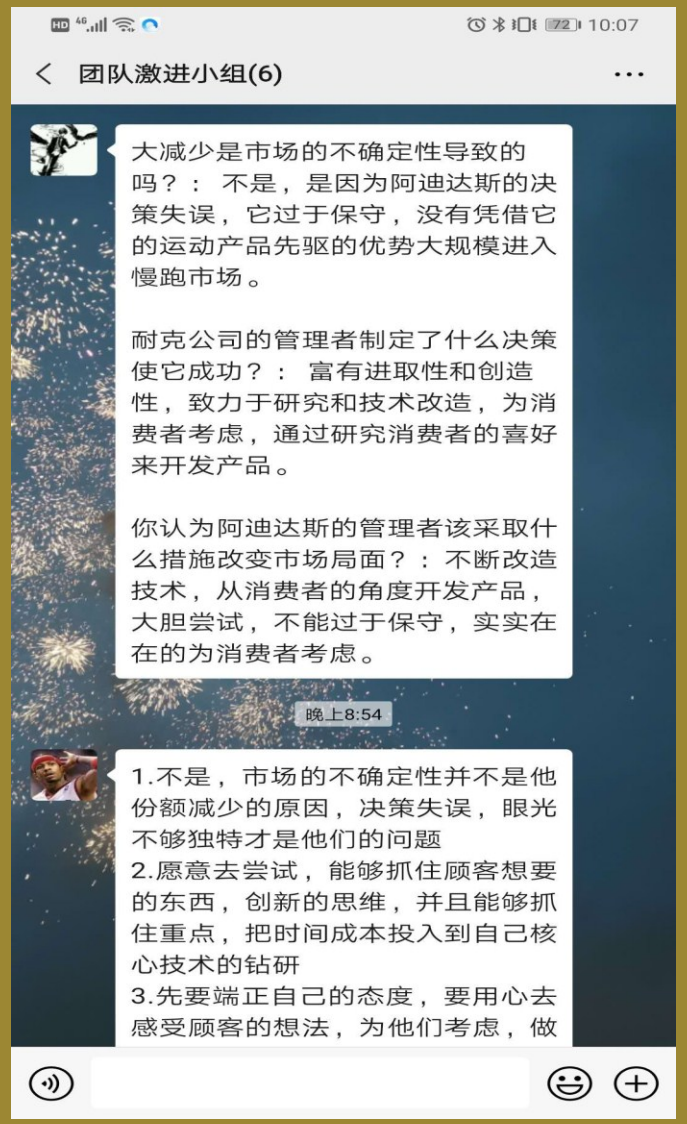
（1）应采取有针对性的方案，学会迎合消费者的需求。

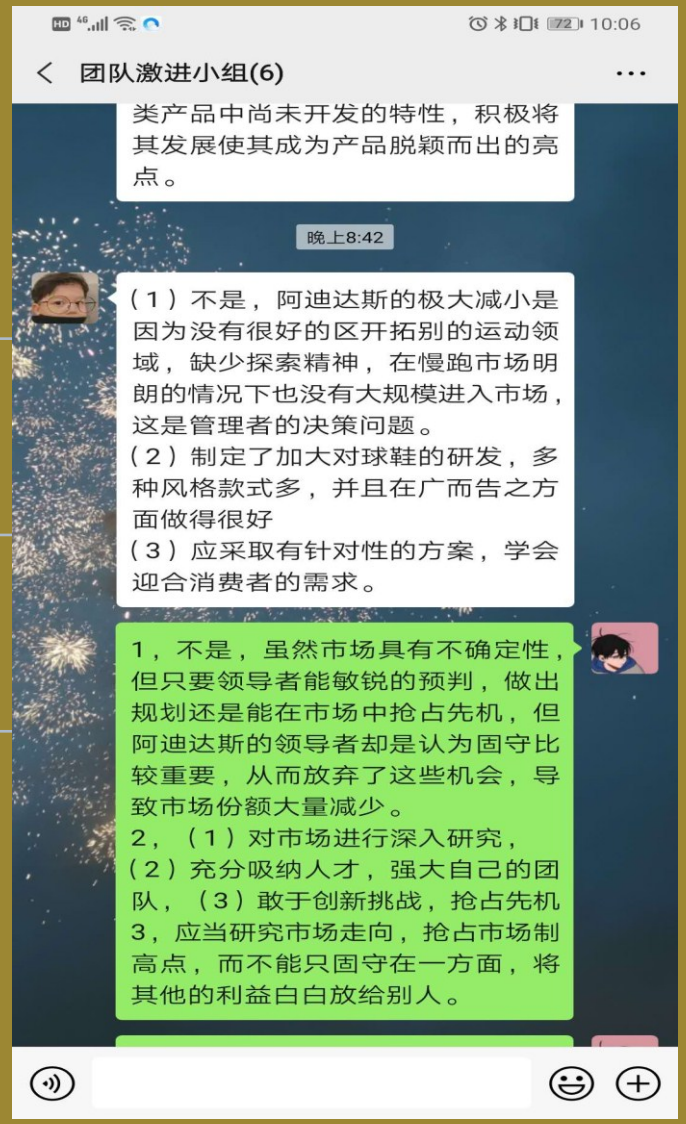
（2）应当研究市场走向，抢占市场制高点，而不能只固守在一方面，将其他的利益白白放给别人。

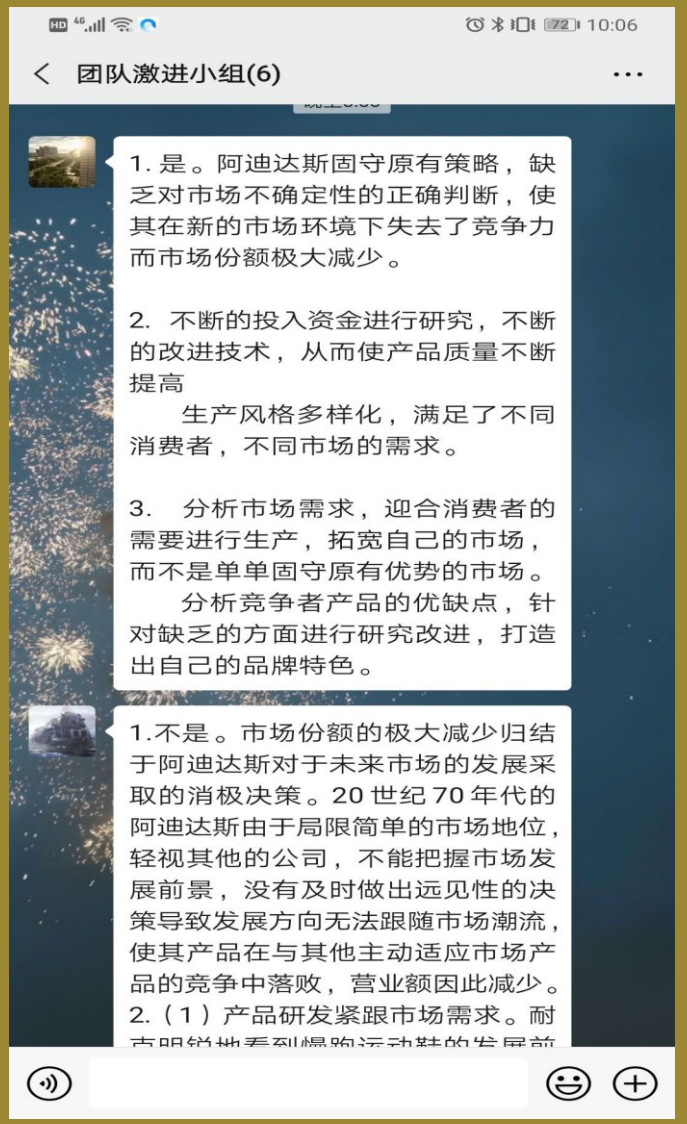
（1）分析市场需求，迎合消费者的需要进行生产，拓宽自己的市场，而不是单单固守原有优势的市场。、

（2）分析竞争者产品的优缺点，针对缺乏的方面进行研究改进，打造出自己的品牌特色。

小组讨论记录：


10:07
团队激进小组(6)
大减少是市场的不确定性导致的吗？： 不是，是因为阿迪达斯的决策失误，它过于保守，没有凭借它的运动产品先驱的优势大规模进入慢跑市场。
耐克公司的管理者制定了什么决策使它成功？： 富有进取性和创造性，致力于研究和技术改造，为消费者考虑，通过研究消费者的喜好来开发产品。
你认为阿迪达斯的管理者该采取什么措施改变市场局面？： 不断改造技术，从消费者的角度开发产品，大胆尝试，不能过于保守，实实在在的为消费者考虑。
晚上8:54
1.不是，市场的不确定性并不是他份额减少的原因，决策失误，眼光不够独特才是他们的问题
2.愿意去尝试，能够抓住顾客想要的东西，创新的思维，并且能够抓住重点，把时间成本投入到自己核心技术的钻研
3.先要端正自己的态度，要用心去感受顾客的想法，为他们考虑，做


10:06
团队激进小组(6)
类产品中尚未开发的特性，积极将其发展使其成为产品脱颖而出的亮点。
晚上8:42
（1）不是，阿迪达斯的极大减小是因为没有很好的区开拓别的运动领域，缺少探索精神，在慢跑市场明朗的情况下也没有大规模进入市场，这是管理者的决策问题。
（2）制定了加大对球鞋的研发，多种风格款式多，并且在广而告之方面做得很好
（3）应采取有针对性的方案，学会迎合消费者的需求。
1，不是，虽然市场具有不确定性，但只要领导者能敏锐的预判，做出规划还是能在市场中抢占先机，但阿迪达斯的领导者却是认为固守比较重要，从而放弃了这些机会，导致市场份额大量减少。
2，（1）对市场进行深入研究，（2）充分吸纳人才，强大自己的团队，（3）敢于创新挑战，抢占先机
3，应当研究市场走向，抢占市场制高点，而不能只固守在一方面，将其他的利益白白放给别人。


10:06
团队激进小组(6)
1. 是。阿迪达斯固守原有策略，缺乏对市场不确定性的正确判断，使其在新的市场环境下失去了竞争力而市场份额极大减少。
2. 不断的投入资金进行研究，不断的改进技术，从而使产品质量不断提高
生产风格多样化，满足了不同消费者，不同市场的需求。
3. 分析市场需求，迎合消费者的需要进行生产，拓宽自己的市场，而不是单单固守原有优势的市场。
分析竞争者产品的优缺点，针对缺乏的方面进行研究改进，打造出自己的品牌特色。
1.不是。市场份额的极大减少归结于阿迪达斯对于未来市场的发展采取的消极决策。20 世纪 70 年代的阿迪达斯由于局限简单的市场地位，轻视其他的公司，不能把握市场发展前景，没有及时做出远见性的决策导致发展方向无法跟随市场潮流，使其产品在与其他主动适应市场产品的竞争中落败，营业额因此减少。
2.（1）产品研发紧跟市场需求。耐

感谢您的欣赏

汇报人：岑泳德