

运用“AOSTC框架”助力大学生创新创业技能培养

毛静

上海对外经贸大学国际商务外语学院

DOI:10.12238/jief.v4i4.5422

[摘要] 当前社会竞争日益加剧,创新能力作为最核心的软实力,是培养学生竞争力的关键所在。笔者结合十多年来指导学生撰写商业计划书的实践经验,展示如何利用“AOSTC框架”帮助打造并提升大学生的创新创业技能,从而使其在日渐内卷的社会竞争中脱颖而出。

[关键词] AOSTC框架; 创新创业; 企划书

中图分类号: G642 **文献标识码:** A

Promoting College Students' Innovative and Entrepreneurial Skills with "AOSTC Framework"

Jing Mao

Shanghai University of International Business and Economics

[Abstract] With increasingly fierce competition nowadays, the innovation ability, as the core of soft skills, is the key to promoting college students' competitiveness. Over the past decade, the author has employed the "AOSTC Framework" when guiding students to write business plans for entrepreneurial projects. Based on real cases, this paper presents the examples as well as the benefits of applying the framework to cultivating students' innovation and entrepreneurship skills which may help them stand out in the rat race now facing them.

[Key words] AOSTC framework; innovation and entrepreneurship; business plan

引言

当今社会,人才竞争愈加激烈。创新是最重要的软实力,创新创业训练已成为当代大学生谋求更好前景与未来发展的重要途径。近年来,我国不断推动创新驱动发展的战略,大众创业、万众创新的理念不断得到深化。因应这一人才培养的要求,各高校纷纷推出了各种创新创业课程和实践项目活动,以帮助学生培养创新创业技能。

大学生是大众创业、万众创新的生力军,随着大量扶持政策的出台,越来越多的大学生投身于各类创新创业实践活动中。其中,2021年的中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛不仅覆盖了全国所有高校,更是影响最大的高校“双创”盛会,赛事在实现“世界百强大学参赛基本覆盖”的同时,体现了“创新驱动发展”的理念,带动了相应的产业发展和就业机会,产生了良好的社会效应。本文将结合笔者十多年来指导学生参与大学生创新创业训练项目,撰写各类企划书的实践为例,展示如何利用“AOSTC框架”助力培养学生的创新创业技能,从而不被日渐内卷的时代洪流所抛弃。

1 “AOSTC框架”及其在大学生创新创业训练中的运用分析

在指导学生参加创新创业训练、撰写企划书的过程中,笔者

发现可以用“AOSTC框架”来进行相应的文案设计。“AOSTC”由“Analysis”、“Objectives”、“Strategies”、“Tactics”、“Control”五个单词的首字母缩略组成。

以营销为例,以下围绕“AOSTC框架”中的五要素就如何帮助学生写好创新创业计划书、逐步培养其创新创业技能进行简要的阐述。

Analysis(分析):在这一阶段,需要去对企业所面临的内外环境进行分析。主要涉及的内容包括:当前的市场环境、竞争对手的现状、企业的现有产品或服务、以及目标市场即客户的基本情况等等。对于学生来说,SWOT分析和PEST分析为两大常用的理论分析法。为了锻炼学生的创新创业能力,对于上述要素的分析,则需要他们走出课堂,去进行充分的市场调研。尤其是对于竞争对手和目标客户的分析,均需依赖行之有效的一手、二手调研。通过设计问卷、采访面谈、网络调研等方法的探索,学生们不仅挑战了自己的动手实践能力和人际沟通技巧,对于企业的实际运作有了更加直观的认识。

Objectives(目标):这一阶段的工作主要是设计目标。对有志于未来创业的学生来说,需要慎重思考创业想要实现的长期目标,即企业的使命(Mission)。对现有企业来说,则需要确立自身的阶段性目标,比如形象目标、销售目标等,以服务于长期

目标的实现。在这一阶段,设立的目标必须符合SMART原则。目标需要是具体的(Specific),明确的;目标需要可测量(Measurable),即需要量化你的目标;目标必须能实现(Achievable),过高的目标可能无法实现;必须是现实的(realistic),即是否拥有实现目标所需的各种资源,如人力、财力、设备、原材料、时间等;此外,目标还必须有时限性(Timed),即告诉人们什么时候能实现目标。

Strategies(策略): 这一阶段制定的策略是帮助企业实现上一阶段所确定的目标的途径。由于企业无法发现并满足每一个消费者的需求,因此需要制定具体的策略,主要就是STP,即通过Segmentation划分市场,以筛选目标客户;Targeting选择合适的目标市场并考虑如何瞄准这一细分市场;Positioning制定有别于竞争对手的市场定位,突出自身的独特卖点(Unique Selling Point)和竞争优势。

Tactics(方法): 在这一阶段,企业需要将营销策略转化为操作层面上的各种方法。比如,人事的安排、组织的架设、营销组合各要素——产品、价格、经销、沟通的具体设计,以及预算的执行等。

Control(控制): 控制是为了检验企业所制定的行动方案是否成功,是否真正帮助企业实现了第二阶段所确定的目标。这一步至关重要,它为未来的计划制定提供了可靠的依据。为了保证营销活动的顺利开展和目标的顺利实现,需进行事前、事中、事后的分别控制。事前控制通常就是设定各种规章制度,能帮助企业有效规避风险,并朝着目标实现前景。事中控制指的是在各项活动进展中的实时监控和评估。事后控制则是各项活动开展后所做的总结评估,比如目标是否达成,实际表现与预期目标之间是否有偏差,目标未能实现时该如何采取有效的纠正性措施进行调整,并制定备用计划PlanB等。

笔者以近三年指导的不同级别的几项创新创业实践活动为例,分享学生们在“AOSTC框架”蓝本下所做的创业文案的部分内容,以突显他们在创新创业意识培养和技能提升方面的收获。

蜂鸟旅行社项目: 本人所教的商务课程中有一项虚拟创业计划,给一位大四在读的学生进行创业策划,蜂鸟项目即是其中之一。运用“AOSTC框架”,项目组学生分析了大学城旅游市场的发展状况,制定了拟运营的总体目标、策略和方法等。项目组通过调研,分析了其两大竞争对手携程和爱彼迎的运营情况,同时还发现,学生们对旅行的需求很大,尤其是想通过旅行来改变自己的心情,对量身定制的旅游服务尤其感兴趣。有鉴于此,项目组于2019年4月成立虚拟的蜂鸟旅行社,定位于为大学城的学生定制旅游套餐、新的目的地和上海本地的旅游体验。预算规划显示,蜂鸟一年的总预算为人民币378万元(包括固定成本278万元以及与销售相关的可变成本100万元),公司需要服务13900名客户,即约在1年零5个月后方可实现盈亏平衡。而为了保证目标的实现,该项目组还分别制定了不同阶段的控制措施,包括市场导入阶段、盈亏平衡阶段、成熟阶段、总结反馈阶段等四个阶段的财务和非财务方面的管理措施。该计划书亮点颇多,高度

体现了对“AOSTC框架”的良好驾驭,获得了课程组教师和外外部评估专家的一致好评;项目中的两个成员也因此受益匪浅,将在今年9月份前往美国深造,继续攻读商科。

攻略类轻游App项目: 在该项市级创新创业训练项目中,利用“AOSTC框架”,学生分别从政策角度、受众角度、竞争对手分析等视角进行了挖掘,并在此基础上开发一款具有创新性、注重用户体验的私人定制花的轻度旅行App。其中,对于其主要竞争品牌大众点评、小红书、穷游网的市场调研非常到位。通过对这些竞争对手的内容生产、盈利模式、成本收益、客户反馈、优缺点等的分析,创新创业能力得到了充分的锻炼,在线上线下问卷的设计发放和回收、统计数据的归纳和分析方面、用户界面和用户路线算法的个性化策划,以及项目展板的设计等方面等均可圈可点,项目组学生的综合能力得到了大力提升。受到激励和启发,其中一名成员有意在毕业后去英国进行商科方面的深造,目前已在准备中。

欧莱雅校园创新策划大赛之Circular Beauty项目: 在分析中,学生对全球减塑趋势进行了分地区的总结,对于政府限塑令进行了思考,提出了核心是减塑。在客户反应方面,通过调研发现绝大多数顾客对于循环利用化妆品塑料瓶这一理念非常排斥,他们更愿意花更多钱用于购买减塑包装的化妆品。学生进而指出,可以通过将使用过的化妆品返还公司,并使用新的生产技术,再生产出新的包装。通过跑步捡垃圾、塑料制品回收利用展览、减塑日记打卡等方法打造人们的减塑理念,并改变他们的行为。这些设计所包含的创新元素,充分体现了学生对于“AOSTC框架”的把握和运用,也在一定程度上加强了学生们的社会责任感。受益于项目中的经验积累,该小组同学也在去年的国际商务经营创业实践大赛中获得了一等奖。

2021联合利华未来领袖联盟商业挑战赛之可爱多“淡季不淡”项目: 在该项活动设计中,学生们围绕“AOSTC框架”进行了详尽的设计,尤其是从自己作为可爱多冰激凌消费者的角度,提出了要凸显可爱多的品牌定位,将其打造成一个传递爱和活力的品牌,并通过多样的创新方法,使其“淡季不淡”。具体来说,(1)产品方面,涉及了品牌名称的细化、原料的差异、包装的设计、口味的不同、标识的细微差异等。(2)价格方面,包括了成本价的调研、竞争对手的价格分析、零售价和批发价的制定、活动折扣价的空间等。(3)经销方面,涉及了顾客通过电话或官网的直接订购法,还包含了使用批发零售冷链运输等常见的间接渠道。(4)沟通宣传方面,围绕爱这一主题,去拓宽合作和营销的模式。例如:开设好友聚会体验店、使用KOL(Key Opinion Leader)投放、与美食博主合作,做冰激凌火锅的线下快闪、与网红热饮奶茶品牌联名等,都是极好的创意。整个过程非常富有挑战,但项目组成员纷纷表示收获良多,对商业社会的运作有了直观的认识,其中一名学生有志于将来自主创业。这些充分体现了创新创业知识的运用和拓展,不仅有利于学生们拓展视野,更帮助他们储备了未来立足社会所需的胜任力。

2 总结

在以上所述的案例中,学生利用了“AOSTC框架”迅速把握了创新创业的总体方法,在参与各项创新创业活动中做到了学以致用,真正将所学知识转化成为了个人的行动。不仅如此,该框架也为学生规划自己的未来带来了启发。

对于个人来说,创新是成长成功的阶梯;在不断的创新中,我们的人生价值逐步得以实现。对于企业来说,创新就是企业的生命;离开了产品的研发创新,企业将无以为继、寸步难行。而对于国家来说,创新又意味着在世界舞台上的话语权。在竞争越加激烈的今天,尤其是面对当前的疫情,年轻的大学生们不能躺平。他们需要紧跟时代的步伐,奋力激起自己的创新动能,利用大众创业、万众创新的有利平台,在不断挑战自我、努力创新中丰富自己的人生,从而不负时代、不负韶华。

[参考文献]

[1]方芳.大学生创新创业一体化实践平台构建策略探析[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2017(01):162-164.

[2]国务院关于强化实施创新驱动发展战略进一步推进大众创业万众创新深入发展的意见[J].中国对外经济贸易文告,2017(51):3-8.

[3]国务院办公厅关于进一步支持大学生创新创业的指导

意见[J].中国人力资源社会保障,2021(11):5.

[4]刘一华.新媒体环境下大学生创新创业教育路径探析[J].黑龙江高教研究,2016(6):94-96.

[5]卢东祥,曹莹莹,于建江.应用型本科院校大学生创新创业能力培养的路径探索[J].江苏高教,2021(7):85-88.

[6]曹媿,林原.高校课堂教学中应注重学生可迁移技能的培养[J].考试周刊,2012(17):178-179.

[7]王楠.新时代背景下浅谈我国大学生就业创业[J].时代教育,2018(5):179.

[8]何秀霞.新时代背景下浅谈我国大学生就业创业[J].山西青年,2018(23):71.

[9]徐鹏,田戊戌.校企合作培养大学生创新创业能力的模式研究[J].中国市场,2018(32):174,178.

[10]朱恬恬,舒霞玉.我国高校创新创业教育课程建设的调研与改进[J].大学教育科学,2021(3):83-93.

作者简介:

毛静(1975—),女,汉族,江苏人,硕士,上海对外经贸大学国际商务外语学院副教授,研究方向:商务管理、商务英语、英汉翻译。