

B2B STRATEGIC CAPABILITY ASSESSMENT

B2B 企業核心競爭力診斷表

File: 5.30.2026_BIZ_STR_REF_strategiccapabilityassessment_v1.0_Final

評量設計原則

本診斷系統的核心價值不在於評定企業經營的「對與錯」，而在於協助顧問或企劃人員精準分辨以下三大指標：

- **結構性**：企業是否具備系統化的運作邏輯？
- **放大性**：該商業模式與核心能力是否具備規模化（Scale-up）的潛力？
- **資源投報率**：該企業是否值得投入高階顧問資源？

核心商業目的：本系統旨在幫您精準篩選出「最適合成為企劃/顧問客戶」的高價值企業。

評分方式

請針對五大構面中的評量題進行評分，每題分數為 **1 至 5 分**：

分數	判斷標準	實務定義
1	沒有建立	完全無此意識或機制，一切隨機發生。
2	零散存在	有零星的點狀嘗試，但缺乏系統性整理。
3	初步形成	有基礎框架，且團隊有共識，唯執行力尚不穩定。
4	穩定運作	已有標準流程（SOP），且能帶來穩定的成果。
5	可複製與擴張	機製完全成熟，可快速移植至新團隊或新業務。

五大構面診斷

1. 資源盤點 | 價值清晰度指數

評量題目

1. [] 我們清楚知道最核心的信任來源（核心競爭力）。
2. [] 我們不是只用「產品/服務本身」來定義自己，而是用「解決問題的能力」來定義。
3. [] 我們的能力可以精準對應特定客群的痛點需求。
4. [] 我們知道哪些核心能力是可以被標準化並放大的。

判讀意義

- **指數名稱：**價值清晰度指數
- **低分表現：**停留在「做東西 / 賣產品」，而非「經營與輸出核心能力」。
- **高分表現：**已具備建立強大品牌與跨界合作價值的潛力。
- **決策關鍵：**達 3 分以上，即可引導客戶進入「策略深化」階段。

2. 決策矩陣 | 決策一致性指數

評量題目

1. [] 我們有明確的接案標準、客戶篩選機制或投資評估標準。
2. [] 不同部門（如銷售、研發、營運）做決策時的邏輯與標準一致。
3. [] 我們有明確的「不退讓清單」，清楚知道什麼案件不該接、什麼不能做。
4. [] 面對新機會或新客戶時，我們能快速判斷是否承接，無須反覆糾結。

判讀意義

- **指數名稱：**決策一致性指數
- **低分表現：**決策高度依賴「人治」、老闆心情或當下的情緒與市場恐慌。
- **高分表現：**擁有篩選客戶的主動權，而非被動被市場挑選。

- **決策關鍵：**達 4 分以上，代表該企業吸引「高客單價客戶」的先決條件已然成立。

3. 議題轉譯 | 市場採用力指數

評量題目

1. [] 我們的文宣與溝通方式，能精準對應客戶實際的痛點與使用情境。
2. [] 客戶能輕易且快速地理解我們所提供的核心價值。
3. [] 與客戶溝通時，我們不需要花費大量時間解釋深奧的專業術語。
4. [] 合作夥伴或通路商能快速理解並向他人介紹我們的產品如何使用。

判讀意義

- **指數名稱：**市場採用力指數
- **低分表現：**溝通流於自我感覺良好，停留在硬核的「知識/技術輸出」。
- **高分表現：**成功打入決策者的痛點核心，具備高轉換率。
- **決策關鍵：**低於 3 分（含），代表存在巨大的「轉譯缺口」，此時最適合顧問切入協助建立溝通論述。

4 收斂機制 | 可複製結構指數

評量題目

1. [] 我們的核心內容、技術或產品，可以拆解為模組化、標準化的組件。
2. [] 每一項服務或產品模組，都有其明確的用途與定位。
3. [] 面對新客戶時，我們不需要每次都從零開始重新量身打造企劃案。
4. [] 客戶理解我們的方案後，能在組織內部快速導入並看見成效。

判讀意義

- **指數名稱：**可複製結構指數
- **低分表現：**陷入無止境的「高度客製化」泥淖，團隊疲於奔命。

- **高分表現**：開始步入規模化經營（Scalable），邊際成本逐漸降低。
- **決策關鍵**：落在 2 至 3 分 之間時，顧問介入價值最高，能最快幫助客戶進行結構化收斂與放大。

5 策略落地 | 成長累積指數

評量題目

1. 我們有完整的專案記錄、客戶回饋與運作資料庫。
2. 團隊會定期檢視營運數據並據此調整策略，而非只在季末或年末檢討。
3. 每次執行新專案時，邏輯都會回歸到企業原有的核心架構中。
4. 企業的成長來自於核心資產的「持續累積」，而非隨機性的「單點突破」。

判讀意義

- **指數名稱**：成長累積指數
- **低分表現**：專案做完經驗就歸零，無法傳承，企業始終在原地打轉。
- **高分表現**：已建立學習型組織，正式進入長期且可預測的成長軌道。
- **決策關鍵**：達 3 分以上，代表該企業經營體質健康，可進入長期顧問合約。

四、總評結果：三種企業狀態與顧問成交策略

每構面 4 題，共 20 題（總分 100 分），或可直接採用「平均分（1~5 分）」乘以特定基數。

這裡建議採用「各構面平均分數總和（總分 25 分）」作為判斷基準：

2. 類型 A：探索期（總分 ≤ 12 分）

- **特徵**：無結構、無明確決策標準、無累積能力（每次都像在開新公司）。
- **顧問策略**：教育型導入。不適合直接賣高階客製化顧問案，建議推廣低單價、標準化的教育課程或策略入門工具包。

3. 類型 B：轉折期（總分 13 ~ 18 分）

- **特徵：**擁有一定實力但缺乏橫向連結；有市場商機但缺乏內部複製結構。
- **顧問策略：**最適合成交的主力客群！顧問協理清結構後，客戶能立即在市場上看到顯著的效益，能為您帶來最穩健的主力顧問收入。

4. 類型 C：擴張期（總分 19 分以上）

- **特徵：**商業邏輯清晰、有知識資產累積，唯在細節執行與規模化上缺乏優化。
- **顧問策略：**高階品牌/策略顧問。適合提案「長期陪跑與陪同決策」的高客單價合作模式。