

# 《高效能产品管理全体系课程》

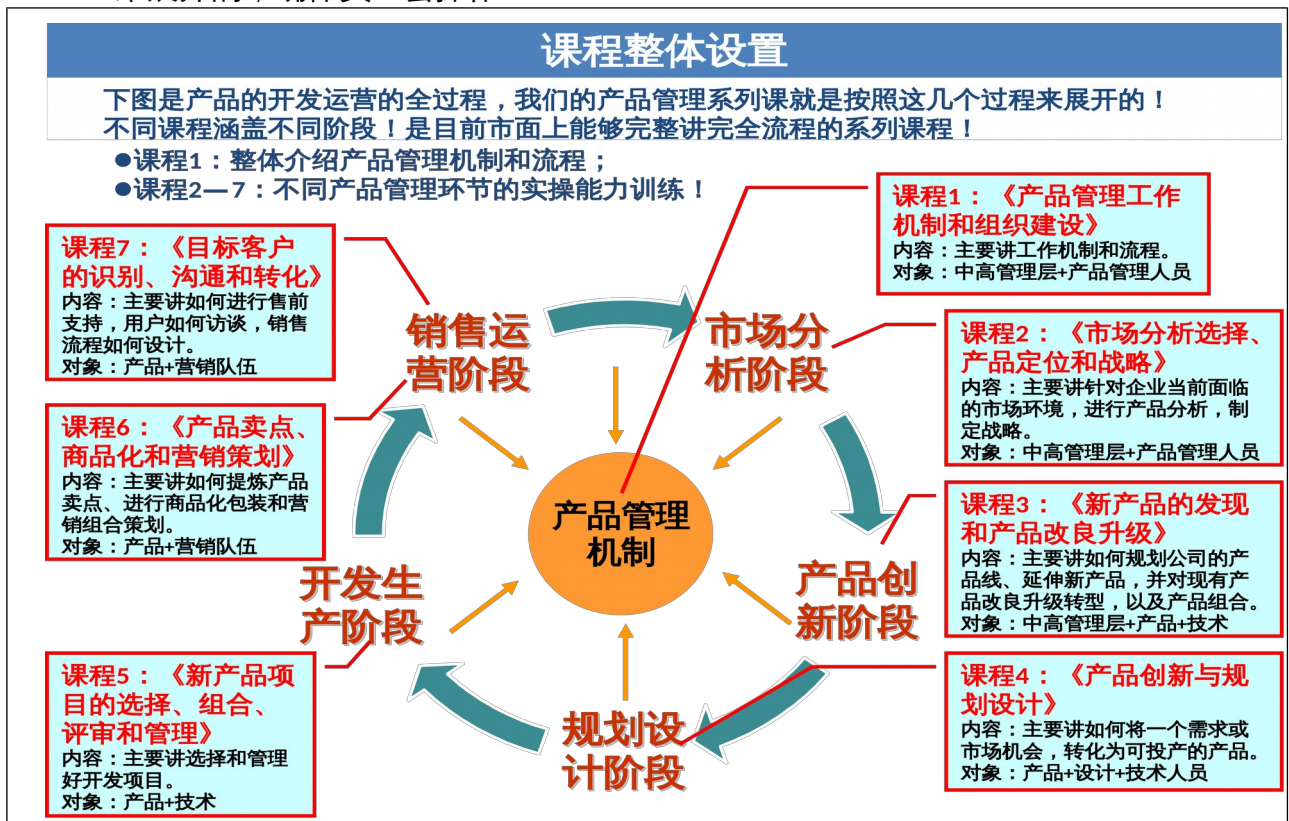
——涵盖产品创新、规划、设计、开发、销售、运营全过程

主讲：季猛

——打造成功产品 建立高效管理 助推企业升级

专有技术“基于PLM大数据分析的产品创新孵化技术”

- ◆ 最完整的产品生命周期管理课程——七大体系课程，涵盖产品开发运营管理全过程！
  - ▾ 我们的七大体系课程涵盖产品从创新、规划设计、开发管理、商品化包装、运营管理、售前支持等各环节，内容完整全面！而目前市面上的同类课程多数偏单纯研发管理或产品设计，都比较碎片化。我们七个课程很好进行了全覆盖，强化产品开发与市场之间的对接和落地，之间逻辑性强，知识连贯，不矛盾不冲突，是完整涵盖产品生命周期管理全过程的系列课程！
- ◆ 既讲产品管理流程，更侧重策划技能的训练，相辅相成！
  - ▾ 现在目前市面上同类课程多数侧重管理流程和机制的讲解（如IPD）等，产品管理做得好不好，除了要有跟企业合适的管理机制外，还需要员工有相应的技能才行！本系列的第一篇课程会讲整体的管理机制，后面基本都是围绕着产品策划技能训练来展开的，确保员工会操作！



我们的产品管理系列课程分别涵盖产品从创新、策划、设计、到开发、商品化、销售、运营不同阶段！课程1为管理机制讲述，其他课程为不同环节的策划能力训练！

**课程1—机制篇：《产品化管理工作机制和组织机构建设》**

- **课程名称：**《产品化管理工作机制和组织机构建设》
- **建议课时：**3~6 课时
- **针对环节：**产品开发运营全过程的管理机制。
- **课程内容：**
  - ▾ 产品化管理对企业及各部门的意义；
  - ▾ 产品化管理的定位、环节和工作内容；
  - ▾ 产品管理的工作流程、职责和工作关系；
  - ▾ 产品管理机构的设计模型和原理；
  - ▾ 产品经理的培养。
- **培训对象：**企业 CEO、产品经理/总监、各部门负责人/主要技术业务骨干。

## 课程 2—分析篇：《市场分析选择、产品定位与战略》

- **课程名称：**《市场分析选择、产品定位与战略》
- **建议课时：**3~6 课时
- **针对环节：**产品在市场运营阶段的市场分析，以及产品组合优化和产品生命周期管理。
- **课程内容：**
  - ▾ 产品情报的采集，以及产品在细分市场上吸引力、竞争力等绩效指标的分析；
  - ▾ 产品在财务、市场、以及战略等不同纬度的绩效分析方法；
  - ▾ 产品组合的分析纬度的指标，如何优化企业的各产品品类？
  - ▾
  - ▾ 产品生命周期管理战略设计和优化；
- **培训对象：**企业 CEO、产品经理/总监、各部门负责人/主要技术业务骨干。

## 课程 3—创新篇：《新产品线细分、延伸组合和产品改良、升级、转型》



- **课程名称：**《新产品线细分延伸和产品改良升级转型》
- **建议课时：**6~12 课时
- **针对环节：**产品创新阶段如何发现新的产品和业务，以及如何对产品进行改良升级转型。
- **课程内容：**
  - ▾ 产品线的种类和划分纬度，如何建立不同产品的关联性和对不同品种的产品进行定义？
  - ▾ 如何细分产品线生成多种新品种产品，如何基于现有产品延伸出新品种产品？
  - ▾ 如何对现有产品从开发和营销上进行改良，提升产品价值？
  - ▾ 如何对现有业务进行升级转型？
- **培训对象：**企业 CEO、产品经理/总监、各部门负责人/主要技术业务骨干。

## 课程 4—策划篇：《产品创新和产品规划设计》



- 课程名称：《产品创新和产品规划设计》
- 建议课时：12~24 课时
- 针对环节：产品商务策划和设计阶段。
- 课程内容：
  - ↳ 如何将一个市场机会转变为可开发的产品？
  - ↳ 市场细分、消费者购买行为研究；
  - ↳ 产品定位、产品战略及建设路径，业务模式设计；
  - ↳ 用户需求的定义、分解和需求的分析挖掘；
  - ↳ 产品功能、构造、规格设计；产品的模块化、标准化；产品概念设计和筛选。
- 培训对象：企业 CEO、产品经理/总监、各部门负责人/主要技术业务骨干。

## 课程 5—开发篇：《新产品项目的选择、组合、评审和管理》



- 课程名称：《新产品项目的选择组合评审和管理》
- 建议课时：3~6 课时
- 针对环节：产品开发管理阶段。
- 课程内容：
  - ↳ 如何选择好进入开发的产品项目？将有限资源投资到真正有价值的项目上？
  - ↳ 如何管理和控制产品开发各关口和评审？
  - ↳ 如何提升研发资源的使用效率，和市场价值？
- 培训对象：产品经理/总监、研发体系人员、PMO。

## 课程 6—包装篇：《产品卖点、商品化包装和营销策划》

- **课程名称：**《产品卖点、商品化包装和营销策划》
- **建议课时：**6~12 课时
- **针对环节：**产品发布上市阶段。
- **课程内容：**
  - ▾ 产品的卖点如何根据不同的细分市场和销售场景来提炼和设计？
  - ▾ 产品的打包、封装和组合如何设计？如何商品化？
  - ▾ 产品的定价、渠道等营销组合和业务模式如何优化？
  - ▾ 产品的发布、上市、试销和批量上市如何做？
- **培训对象：**企业 CEO、产品经理/总监、营销体系人员

## 课程 7—售前篇：《目标客户的识别沟通和销售流程设计》

- **课程名称：**《目标客户的识别沟通和销售流程设计》
- **建议课时：**6~12 课时
- **针对环节：**产品售前支持阶段。
- **课程内容：**
  - ▾ 如何找到和识别哪些是核心目标客户？有什么特征进行识别和判断？
  - ▾ 如何与目标客户沟通访谈，充分挖掘客户的需求特征？
  - ▾ 如何设计销售流程和脚本？提升销售效率？
  - ▾ 如何管理控制好各销售接触点，提升销售质量？
- **培训对象：**企业 CEO、产品经理/总监、营销体系人员
- 

## 《产品管理全体系》

主讲：季猛

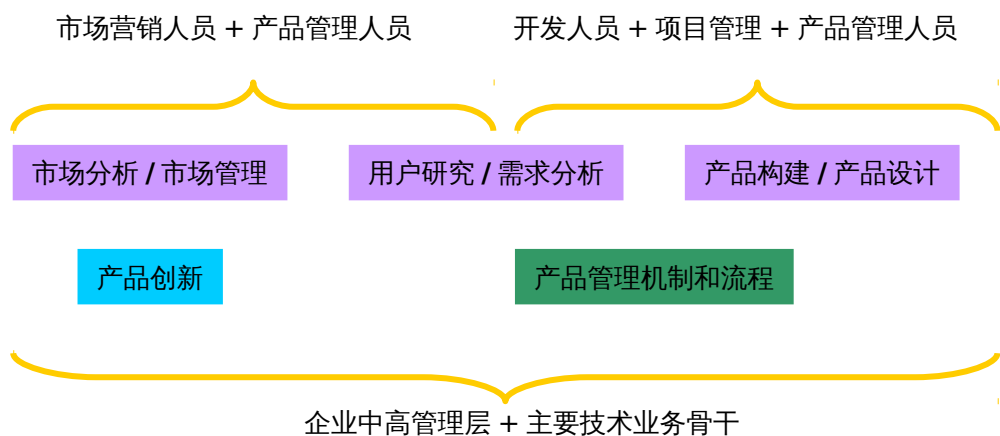
**课程时间：**整个训练周期为 15 天，可分阶段进行，也可挑选部分内容组织进行。

**培训对象：**企业高管、CEO、产品总监/经理、技术总监/经理、产品设计总监/经理、市场/运营总监、项目经理、售前工程师、创业团队和人员等。

### 培训对象和收益

◆ **针对整个公司层面来解决产品管理问题，而不只是产品管理部门！**

我们提供的培训或咨询服务，**不只是针对产品管理部门，而是与产品管理工作的相关各部门，包括营销、推广、开发、项目、设计、客服、财务等各部门相关人员，均需要参加！**产品管理不是单独哪个人或哪个部门的事，是整个公司的事！是对各部门及企业整体的工作效益提升！是系统性解决问题！



培训对象	收益
<b>产品管理体系人员：</b> 产品线总监/经理、产品总监/经理、项目总监/经理、产品策划人员、产品设计师等	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解如何根据企业实际情况来灵活构建产品管理机制和流程；</li> <li>2. 了解如何对企业进行业务规划，并进行产品线定义和规划；</li> <li>3. 了解如何宏观管理控制企业一揽子的产品组合；</li> <li>4. 了解如何从营销、开发和服务多个方面来进行产品的优化升级；</li> <li>5. 了解如何发现新的业务，新的产品；</li> <li>6. 了解如何系统的策划一个新产品，或改良一个产品；</li> <li>7. 了解如何进行精准研发管理和营销管理，提升研发和营销的市场效益和价值；</li> <li>8. 了解产品、服务和商业模式的设计过程；</li> <li>9. 了解如何对产品标准化、模块化、系列化；</li> <li>10. 了解如何用产品化的思维做技术开发工作。</li> </ol>
<b>企业中高层管理+业务骨干：</b> 总裁、CEO、总工、总监/经理、PMO 成员、各部门主要业务骨干和培养干部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 产品化意义，对企业、部门及员工好处；</li> <li>2. 如何实现产品化；</li> <li>3. 产品管理要做什么？对各部门来说要做做什么？</li> <li>4. 企业内以产品为导向的管理机制建设和实施；</li> <li>5. 如何设置产品管理组织机构及职责分工；</li> <li>6. 如何成为一个成功的产品经理？</li> <li>7. 如何通过产品化发现新业务、新产品并带动企业发展转型；</li> <li>8. 如何进行产品组合实现效益最大化；</li> <li>9. 如何进行产品创新；</li> </ol>
<b>营销客服体系人员：</b> 市场总监/经理、售前咨询师、客服总监/经理、品牌总监/经理、推广经理等营销体系人员	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. 如何细分市场；</li> <li>11. 如何识别目标客户？</li> <li>12. 如何分析消费者购买行为；</li> <li>13. 如何挖掘清晰的客户需求？</li> <li>14. 如何通过销售数据分析消费者需求？</li> <li>15. 如何根据细分市场制定相应的营销策略和产品计划？</li> <li>16. 如何针对不同目标客户，优化和设计销售过程，提升销售</li> </ol>

	<p>转化率？</p> <p>17. 如何实现项目产品化？</p> <p>18. 如何根据市场变化来调整产品业务模式；</p> <p>19. 如何设计服务？如何管理好服务质量？</p> <p>20. 如何做好客户价值关系研究，通过 crm，提升二次销售成功率。</p>
<p><b>开发技术体系人员：</b></p> <p>研发总监/经理、总工程师/技术总监、项目总监/经理、产品设计师、技术支持等开发体系人员</p>	<p>21. 如何进行产品项目管理，实现精准研发，提升项目的市场效益；</p> <p>22. 如何用产品化思维来组织产品开发设计？</p> <p>23. 产品开发项目的路径图制定，以及开发项目关口控制；</p> <p>24. 如何将一个市场机会转变为产品开发方案的全过程；</p> <p>25. 如何对产品开发项目进行市场分析、产品定义、定位；</p> <p>26. 用户需求分析、设计的方法和流程，以及用户需求到产品需求的转变；</p> <p>27. 产品功能、规格的构建基本方法和技巧，如何系统科学设计产品开发方案；</p> <p>28. 如何做多种产品开发设计方案；</p> <p>29. 产品的标准化、模块化、系列化、家族化、产业化设计。</p>
<p>注意：所有内容均提供配套工具包，便于培训后能快速展开工作</p>	

## 课程大纲

	课程模块	主要内容	课时
<b>第一板块：产品管理机制&amp;创新组织：协同研发和营销的全产品管理流程（1天）</b>			
1.1	《产品管理 PLM 原理、体系和工作流程》	产品管理的主要原理和思想，要解决什么问题？产品管理的角色和主要工作内容、流程	1天
1.2	《企业创新组织建设和产品经理人培养》	如何根据企业的实际情况来设置创新型产品管理机构，促进企业创新活动和管理？	
<b>第二板块：市场分析和产品战略阶段：产品效益的诊断、分析和创新策略（3天）</b>			
2.1	《大数据分析和产品 PLM 绩效分析和诊断》	如何通过大数据分析产品绩效，来针对产品的生命周期，进行创新的管理和调？	3天
2.2	《消费者行为研究和市场调研》	消费者为什么会购买？如何做用户研究和市场调研？	
2.3	《目标市场的细分选择和评估》	如何细分目标市场，并选择有价值的市场？	
2.4	《swot 分析和产品战略》	面对市场环境如何制定产品战略	
2.5	《产品线规划和产品品类组合管理》	如何企业目前的产品组合要如何调整？	
2.6	《产品定位和产品建设路标》	如何确定在不同市场的产品定位，确定企业的产品线发展规划、创新战略和路径愿景并制定产品开发路标？	

2.7	《营销策略和商业模式的创新》	产品定价、渠道等的营销组合设计；产品业务模式优化	
<b>第三板块：产品创新阶段：创新的方法，改良现有产品，or 开发新业务？（3天）</b>			
3.1	《产品的内涵和形式》	产品的类型和分类有哪些？什么是产品的内涵和形式？对产品的创新有什么意义？	3天
3.2	《产品创新的类型和实施》	产品创新包括哪些内容？从哪些方面可以全面提升产品创新的价值？各种不同类型的大大小小的创新适合什么样的企业？	
3.3	《产业的转型和升级》	项目产品化？服务产品化？平台思维和向平台转型！	
3.4	《新产品创意的诞生和构思》	产品创意从哪些角度产生？如何根据市场需求，形成创新性产品创意和概念？如何构建新产品概念？问题如何进行分析解决？	
3.5	《品类创新：产品线的细分和新品种产品延伸》	如何发现和延伸新的产品品类和应用？	
3.6	《交互创新：用户体验的提升》	什么是用户体验？如何优化和提升用户体验？	
3.7	《设计驱动的外观创新》	如何提升有效的设计？让设计能够有效提升产品的市场销量？	
3.8	《产品标准化和成本创新》	如何减少产品创新的成本和管理费用？	
3.9	《功能创新》	功能的延伸、强化、简化和减少	
<b>第四板块：产品规划设计阶段：如何将一个市场机会转化为可开发上市的产品？（4天）</b>			
4.1	《产品项目的定义和选择》	如何定义要开发的产品项目？	4天
4.2	《目标市场的细分选择和评估》	如何细分目标市场，并选择有价值的市场？	
4.3	《产品定位、开发策略和产品路标》	如何确定在不同市场的产品定位，并制定产品开发路标？	
4.4	《用户使用情景设计》	搭建场景，分析挖掘完整的用户需求？如何对用户需求提升？	
4.5	《用户需求挖掘分析》	建立用户和产品的使用流程，优化流程，分析需求。	
4.6	《产品功能和整合构造》	产品功能设计，产品结构设计和优化	
4.7	《产品标准化和模块化》	标准化设计	
4.8	《产品规格设计和品质屋》	产品初始规格和最终规格转化	
4.9	《产品问题的分析研究》	分析研究产品的主要技术矛盾和物理矛盾。	
4.10	《创新型解决问题 TRIZ 和产品概念设计》	设计生成多种产品设计预案	

<b>第五板块：产品研发管理板块：精准研发，提升研发效益！（1天）</b>			
5.1	《新产品开发和投产管理》	如何做好新产品的开发、生产管理？过程的协同性一致性？	1天
5.2	《产品项目的选择、评审和组合》	如何对要开发的项目进行选择和评审	
5.3	《产品质量标准的制定和控制》	产品的质量标准如何控制？	
<b>第六板块：产品运营管理板块：新产品的概念包装、试销、孵化和产品迭代（3天）</b>			
6.1	《新产品孵化机制：产品管理 PLM 原理、体系和工作流程》	新产品从创新到规划设计、开发、生产、营销全过程都要干什么？如何有效去快速孵化产品？各部门之间如何协同作业？	3天
6.2	《数据在说话：产品运营过程中的需求和问题诊断》	如何建立基于产品从开发、销售、安装、维护全过程的大数据，发现产品机会和问题？	
6.3	《产品孵化之：产品卖点和包装》	产品的卖点提炼、商品化论述、销售指引和产品包装	
6.4	《产品孵化之：目标客户的选择、识别、和挖掘》	如何找到目标客户？识别目标客户和他们的需求？	
6.5	《产品孵化之：客户购买测试和销售转化流程脚本设计》	设计销售过程和脚本；设计用户调研访谈表；	
6.6	《产品宣讲和演示能力训练》		