

## 《手把手教你打造极致产品》

课程收益：打造产品经理互联网思维，通过实战演练，体验极致产品的打磨过程。

	讲解模块	模块内容	
上午 (理论)	互联网思维——极致思维	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 回归用户本质</li> <li>● 互联网思维涌现的极致案例</li> <li>● 极致思维的原理</li> </ul>	
下午 (实战)	挖痛点	外部调研	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消费者洞察</li> </ul>
		内部调研	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一线人员调研</li> <li>● 中高层观点收集</li> </ul>
	定诉求	极致产品观点梳理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 行业趋势研究</li> <li>● 同业/异业标杆研究</li> <li>● 竞品研究</li> <li>● 专家观点</li> </ul>
		核心诉求确定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市场人群划分</li> <li>● 依势选取主流或长尾市场</li> <li>● 从产品消费到情绪消费的思维宣贯</li> <li>● 制定符合互联网特性的情绪定位策略</li> </ul>
		定位相关问题归类	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 围绕定位，归类痛点问题</li> <li>● 二次调研，补充痛点</li> </ul>
上午 (实战)	创体验	确定体验点分布	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 沙盘演练，用户痛点模拟</li> <li>● 创立显性和隐性体验点</li> </ul>
		体验点测量	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 测量各体验点满意度</li> </ul>
		体验点优化补充	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 异业/竞品标杆选取，分析体验构成</li> <li>● 在物理使用和精神愉悦层面重新构建体验点</li> </ul>
		提升体验点价值	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户期望分析</li> <li>● 异业/竞品标杆,期望满足方案分析</li> <li>● 创造性提出体验点价值提升方案</li> </ul>
		方案落地	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 构建产品/服务的体验原型</li> <li>● 协助产品、服务全流程体验的落地实施</li> </ul>
	邀粉丝	极客粉丝招募	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 确定粉丝入选标准</li> <li>● 提出粉丝邀约方案</li> <li>● 协助粉丝邀约工作</li> </ul>
	封测迭代	产品封测	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 粉丝参与产品体验，并收集体验意见</li> </ul>
		产品迭代优	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 优化产品，并循环测试</li> </ul>

[在此处键入]

[在此处键入]

[在此处键入]

		化	
下午	辅导练习	辅导+众智+点评	

[在此处键入]

[在此处键入]

[在此处键入]