

《数字化产品需求与开发》

讲授专家：李勇

培训对象：产品中心（总监、经理、主管）、运营中心管理人员、技术中心管理人员

课程时间：1天(6小时)

课程背景：

随着网络的不断发展，数字化产品体验设计和优化以及社会化运营显得更加重要，这是一项灵活度很高的工作，而且在不同公司，针对不同产品，要做的事也有很大区别。如何掌握产品设计与优化最核心的技能，如何挖掘并更好的满足不同客户需求，设计出更好的数字化产品。在众多企业的产品中心仍处于摸索时期。

- 读懂移动互联时代的客户需求并做好用户研究和分析
- 数字化产品的用户战略该如何分解和实施？
- 一个优秀的产品设计该具备怎样的知识结构？
- 如何做好数字化产品的用户体验？用户体验的要素都包含什么？
- 产品做好后如何管理产品生命周期？

以上这些，成为决定一个优秀的产品团队和产品团队成长中应该关注的重点。

本课程亮点：

- 数字化产品设计和开发是具有创新性，技术性，逻辑性，系统性的一门工作，很多人认为学会了某一个或几个工具就学会了产品设计，而忽略了产品设计的系统全面性，本课程从产品设计与运营的人员的素质，技能，知识储备，团队架构，工作流程，使用工具等多个唯独全面而详细的讲解了数字化产品的方方面面，并有效结合案例进行了分析，课程落地性强，学员可以学以致用。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解移动互联时代下用户的需求变化
- ◇ 了解互联网产品定位、职责、素质、能力要求
- ◇ 理解产品的用户痛点寻找，数字化产品体验等具体工作的办法
- ◇ 掌握产品生命周期管理的基本方法和决策机制
- ◇ 掌握产品的创新性迭代思维

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	移动互联时代客户需求的变化	壹、互联网时代客户需求的变化 1、互联网时代客户特征，行为及场景的变化 2、互联网时代客户标签的变化 2、互联网发展对需求挖掘的挑战 3、互联网发展对产品设计的要求	本单元让学员明确互联网时代用户感知的变化所带来的需求变化
单元二	产品用户需求挖掘	壹、你准备提供的产品和服务，解决了什么需求？ 1) 目标用户是谁	

		2) 如何做用户画像 3) 刚需还是改善需求 4) 高频 OR 低频 5) 寻找法则是怎样的 6) 产品属性该如何了解 式、提供产品的市场是否足够大，如何判定？ 参、你所提供的产品和服务动了谁的奶酪？ 四、产品模式是否会更容易被抄袭	学习一个合格的数字化产品开发人员该如何寻找产品痛点，用户战略的做法该如何部署。
单元三	如何做好用户调研及出具用户体验报告	一、如何做好用户分析及调研？ 二、如何做好用户体验报告？ 三、用户体验报告中的项目管理策略。	让学员了解客户需求分析和用研体验报告分析，并学以致用
单元四	产品规划、设计与开发	一、数字化产品定位核心功能 式、理解什么是设计体验及产品交互 参、数字化产品基于人性的设计 四、数字化产品的敏捷开发该如何实施 伍、数字化产品的产品生命周期管理	了解并学习一个优秀的设计师该如何做好产品的体验及设计，并掌握敏捷开发的技能

讲授老师介绍：

李勇

- 山东大学研究生 计算机专业
- **10 多年互联网电商平台运营实战经验**
- **10 多年企业管理与培训经验**
- 上海鲸工网 COO
- 易车配网络产品 VP
- 互联网产品及运营专家
- 互联网营销与策划专家
- 国际职业培训师行业协会认证高级讲师



曾供职于：华为高级督导，百度产品经理，易车配（车后）VP，鲸工网 COO

培训过的企业：

- 浙江移动、北京移动、上海移动、广东移动、湖南移动、山西移动、上海电信、贵州电信、武汉电信、辽宁电信、北京电信、上海联通、深圳联通、湖南联通、福建联通、海南联通、黑龙江移动、四川邮政局、广东邮政局、广西邮政局、云南邮政局、吉林邮政局、陕西邮政局、新疆邮政局
- 四川农信社、广东农信社、重庆农信社、山东农信社、湖南农信社、湖北农行、湖南农行、

内蒙农行、上海建行、上海招商银行、广西中兴银行

- 中国人寿、人保产险、泰康人寿、中国银行、兴业银行、青岛银行
- 阿里巴巴、京东、百度
- 海尔集团、海信集团、红星美凯龙、青啤集团、浪潮集团