

围绕用户需求，开发产品的技巧

一、课程目标

产品，满足用户需求的解决措施的统称。它可能是一个实际的东西，也可能是服务。

在实际工作中，花了太多的时间、金钱，开发出来的产品用户却不满意。为什么？要么脱离了用户的实际需求，要么没有击中用户痛点。

为什么会发生这样的事情呢？原因可能是：

不清楚创新的流程是什么样的，不能进行有组织的创新活动；

不知道如何获得用户的真实需求；

不能够突破思维障碍，获得创新想法；

想法太多，不知道筛选出最有效的方法；

要么团队内部没有形成共识，要么团队之间缺乏协调，导致执行出现问题。

本课程以学员为中心，从真实课题出发。将通过学员进行一次创新活动，学习产品创新的五步方法：理解用户，定义问题，产生创意，制作原型和测试。通过体验，不但让学员掌握创新的方法，解决工作中的问题，同时，也让学员获得创新的乐趣和信心。

二、培训方式和成果

课前，组织方给予一个真实工作中的创新课题。

在课堂上，学员将在培训师的带领下，投入到这个真实的创新工作中。由于以 5-8 人的小组为创新单位，培训的参与性、互动性和真实性极强。因此，学员会从真实的体验创新过程中，获得非常深刻的对于创新知识、技巧和信心的理解。课程结束时，创造一套围绕用户需求的可行的创新方案。

课后，学员能够在工作中运用创新的流程和方法。

三、培训对象

企业中高层管理人员，部门或项目团队，产品运营，

四、课程收益

- 课堂中获得一套创新方案；
- 掌握创新的基本流程：理解用户，定义问题，创造想法，制作原型和测试；
- 掌握以用户为核心的思考方式-用户价值主张设计；
- 学习随机词法、头脑风暴法、惊喜狂奔法等创新方法；
- 掌握制作原型的方法；
- 了解创新的基本知识；

五、课程人数

10-30 人效果最佳

六、培训天数

1-2 天

七、课程大纲

我们今天要完成的任务是什么？

--课程开始之前需要确定的一个正在发生的创新问题。

--课程结束时候，得到一个解决这个问题的创新方案。

模块一、创新的本质

目标：引导学员理解“以用户需求创新的必要性”，了解后续内容的基本框架。

- 创新本质：为用户创造价值
- 创新中常犯的错误：想象出来的用户需求和解决方案
- 创新五步：理解用户，定义问题，创造想法，制作原型，测试

模块二、理解用户

目标：围绕用户需求创新，理解用户需求的具体方法。针对创新课题，获得一套用户画像和价值主张。

- 简介价值主张画布
- 用户画像三要素
 - 用户痛点
 - 用户收益
 - 用户工作
- 价值主张三要素
 - 缓释方案
 - 收益方案
 - 产品和服务
- 围绕课题，全体学员共同创造价值主张画布
 - 找到用户最痛点，最佳收益点

模块三、定义问题

目标：针对上一模块的用户画像，定义一个具体的客户群，明确 POV。

- 确定用户痛点和收益点
- 定义用户观点 POV

模块四、创造想法

目标：学习产生创意的基本方法。针对上一模块的 POV，让学员相互启发，产生创新想法。

- 头脑风暴的基本原则；
- 头脑风暴实用方法：CAF，书写式；
- 随机词法；
- SCAMPER 法；
- 课堂围绕“创新问题”，运用创新方法

模块五、设计原型

目标：针对上一模块产生的想法，进行筛选，并设计和制作产品原型

- 原型基本概念
- 原型设计 6 种方式

- 以小组为单位，选择一种方式设计一个原型

模块六、测试

目标：理解同理心，站在用户的角度验证原型

- 同理心的概念
- 走出教室，进行用户访谈，测试原型
- 回到教室，对原型进行校验