

# 互联网时代的产品“创新”思维

## —— 产品经理和创客必备技能

### 课程背景：

截止 2017 年底，中国已达 9 亿互联网用户，越来越多的传统企业通过互联网进行转型，越来越多的人通过移动互联网平台进行沟通、应用、采购商品。可以说，未能足够利用互联网时代来的“创新”机会的企业是没有未来的企业，必将被市场淘汰。

目前，国内外互联网行业已经开始普遍认为，站在用户体验角度，针对非常微小的用户需求以及用户需求的微小变化进行不断创新的理念是风险小，见效快的产品设计方法。一些基于跨界整合的微创新活动颠覆了整个行业，不仅对新兴行业，而且对一些传统行业也产生了巨大冲击，甚至在某种程度上模糊着行业的传统边界。在国内互联网行业，腾讯基于 QQ 和微信的变革，新浪基于微博的变革，360 基于在线杀毒引擎的变革，暴风影音、迅雷等基于用户体验的变革，这些微创新的效果非常显著，创造了诸多互联网行业的经典成功案例。实际上，微创新理念也受到了那些以满足客户需求为目标的传统企业的关注，诸如像海底捞火锅对于用户用餐体验不断进行微创新的案例、苏宁易购等家电企业基于在线购物体验的微创新案例。这些传统企业加入微创新实践，使得微创新理念得到广泛扩散，受到人们的普遍关注。日趋活跃的实践也在使微创新成为下一个研究热点。

互联网产品的用户体验设计，这是个重要的话题，也是个恒久不变的商业规则：产品总是要给别人用的，用户永远都会选择那些好用的产品，并为之付费，这个选择无需纠结。而成功的创新，往往在于细节点上的优势，这样“新”就成为企业产品经理和个人创客考虑的创新重点。微创新既不是大规模颠覆性、革命性的激进式创新，也不是小规模持续性、积累性的渐进式创新，而是一种基于新的市场分析范式和技术范式，在关键技术上提供更加灵活实际的产品开发和服务提供的思路。微创新成功的标志是由量变发展到质变，通过大量的微创新组合对原有主导设计产生冲击，从而实现颠覆性创新。在这里，微创新已经突破组织技术层面的含义，上升为一种创新方法论。也成为企业产品经理和个人创客不断的学习、实践和掌握的基本技能。

### 课程特点：

1. 互联网思维已经成为产品创新设计的基础指导思想，它基于由日常积累的大量用户体验信息，从中发现潜在的、有价值的信息——称为知识，用于支持决策。
2. 简明阐述什么是产品的微创新设计，微创新设计思路。

3. 清晰地介绍产品微创新设计的优秀案例和常用技术，设计的主要过程。
4. 实战应用于产品微创新设计主要应用领域以及国内外现状分析。

## 课程对象：

企业各级管理者、企业相关技术人员、产品经理、个人创客等所有涉及产品设计、产品运营的人员。

## 学员收益：

互联网时代的来临，使各行业对产品设计及创新人员的需求呈现爆炸性增长，其中实战能力在产品设计领域至关重要，一名出色的产品设计师需要通过经历各种各样的实战分析，吸取经验教训以持续成长，光靠教科书上的那些标准案例，只能成为学者，不能直接在创业中“落地、见效”。随着创业创新的需求的迅速增长，相关人员迅速提高自身实战能力的愿望正在变得日益迫切。

本课程定位为实战操作，围绕产品经理及创客运用微创新设计的主要方面开展：（1）深入理解互联网思维；（2）对用户体验、市场进行精准分析；（3）产品设计技术；（4）产品运营管理；（5）产品数据分析。

在同步学习和操练中能超越传统产品设计的方法和工具的局限，聚焦于对产品微创新设计、挖掘经验的领悟，从而“学以致用、举一反三”地提高自身的实战能力，回到工作岗位上可以立刻解决产品设计中的实际问题，提升产品设计竞争力。

**课程形式：**理论讲解、互动体验、实战演练、案例研讨、Q&A 答疑；

## 课程主要内容：

### 一、创新设计思维导入

#### 1. 当下互联网发展趋势的深度思考

**思考：**中国经济如何通过互联网成功“弯道超车”。

## 2. 中国互联网创业迭代发展的新模式及成功企业案例分析

### 案例分析：

- 1) 新浪基于中国文字的特性，设计并创新，成功地把微博引进中国市场。
- 2) 摩拜开创共享模式，重塑中国自行车产业。
- 3) 小米基于社群化的产品设计创新模式。
- 4) 微信的跳出 PC 模式，开创了移动互联网社交时代。
- 5) 美的家电如何通过物联网做到从 1 到 N

## 3. 企业如何在互联网+发展环境下创新发展

移动互联网给汽车行业带来的新契机——车联网

**思考：**当下中国企业如何利用互联网跨域时空的特性，给企业经营加“杠杆”，从而实现高纬度竞争。

## 二、如何培养创新思维及成功案例

### 1. 创新思维的种类？

互联网产品设计的思维核心：极致思维+迭代思维

——抓住用户痛点

——如何把握兴奋点

——逐渐聚集用户需求

——如何有效微创新

### 2. 工作中如何运用创新思维？

1) 洞察：做好竞品分析和用户研究

1. 用户研究的 4 大方法
2. 获取竞品及竞品分类的关键路径

3. 透视竞争对手的 4 大维度
- 2) 体验：做用户喜爱的产品设计
  1. 建立、衡量用户体验指标
  2. 保证用户体验的方法
  3. 方法：人物角色、故事板、偏好测试
- 3) 转化：从需求到功能到产品
  1. 用户需求与产品功能的关系
  2. 产品架构设计的四个层次
  3. 产品设计的主流模式和规范

## 1. 创新思维工具介绍

- 1) 迭代：小步快跑，把握产品节奏
  1. 做好产品决策的核心 3 要素
  2. 产品目标及阶段规划的确定方法
  3. 工具：甘特图、敏捷看
- 2) 挖掘：如何理解和采集用户需求
  1. 分析需求的基本方法
  2. 需求的过滤，排序和优先级分析
  3. 业务需求、用户需求、功能需求、系统需求的关系

## 2. 创新思维案例介绍（5 个以上）

### 案例分析：

- 1) 索尼如何做到极致思维去做用户体验的。
- 2) QQ 通过洞察用户需求，与 MSN 逐鹿中原
- 3) 丰田利用一个小产品创新打入美国市场。
- 4) 沃尔玛通过数据挖掘发现新商机。
- 5) 百度从关键词到无人驾驶，成为人工智能的领导者

### 三、互联网+ 下的创新思维

#### 1. 用户思维——观念创新

- 把握用户的核心需求
- 如何利用用户体验开展营销

#### 2. 跨界思维——战略创新

- 行业边界的模糊
- 如何做颠覆式创新

#### 3. 平台思维——机制创新

- 建设生态圈
- 如何建立互联网时代的联盟

#### 4. 简约思维——管理创新

- “简”是王道
- 如何“简”而不“乏”

#### 5. 大数据思维——技术创新

- 大数据现代企业的仪表盘
- 如何让大数据助力高效运营

#### 6. 免费思维——业务创新

- 羊毛出在狗身上让狗付费
- 如何规划互联网时代的商业模式

## 7. 口碑思维——服务创新

——口碑的独特优势

——如何把握口碑的关键节点

## 四、创新工作如何落地

### 1) 创新工作目标与计划

“专注”的精髓和价值

全方位启发创新思维

### 2) 激励措施、组织、流程保障

建立扁平化结构组织

用户全流程可视化

建立企业一体化端到端流程