

新时代造物法则：场景化产品设计

第一讲：产品的设计及新产品设计四大法则

从更高的纬度看产品的定义

- 狭义定义
- 广义定义
- 多维度看产品组成
- 多维度看产品功能

新产品设计四大法则

- 小而美（用户是谁，第一性）
- 场景化（用户在哪里，用户触点）
- 用户体验（用户的喜好，痛点和痒点）
- 用户参与（如何实现新产品的爆款潜能）

第二讲：小而美打造产品第一性

小而美，品类定位打造产品第一性

- 小而美（用户是谁，第一性）

超预期，实现用户极致体验

- 你做了什么并不重要，而是用户感受到了什么！
- 用户体验的核心为谁而设计
- 好的用户体验应该从细节开始
- 用户感知要超出用户预期

第三讲：场景中深度研究用户需求

场景化才是产品的真需求

- 场景的组成
- 时间上的场景
- 地点是场景的灵魂
- 新场景的创建
- 场景细分方法

场景中触点痛点分析

第四讲：用户协同产品研发

用户社群化

- 社群构建
- 社群运营

用户参与，协同产品研发

- 用户利益共享
- 用户精神共享
- 用户事业共享