

【王子璐课程名称】商业环境下产品营销策略

关键词：产品定位/产品运营/产品规划

【王子璐课程特色】

1、逻辑缜密：王子璐老师的课程是 100%原创课程，思维逻辑设计非常缜密。通过阅读课纲和比较，您一定能发现，王子璐老师的课纲和市面上某些，用热点和碎片化的话题东拼西凑的课纲截然不同。

2、案例丰富：根据王子璐老师授课的经验发现，案例是教学中最受学员欢迎和提升学员兴趣点的方法。王子璐老师的课程每一个观点都必定有案例佐证，且使用案例 90%为 3 年内的最新案例，70%为王子璐老师亲自参与的咨询案例，两天版课程平均达到近百个案例。

3、练习实战：培训最怕听得激动，无法行动。王子璐老师的课程中每个篇章都有让学员课程实操的练习。考虑到企业特色不同，行业不同，王子璐老师课程的课堂练习可以根据企业特点进行定制，既有针对 B 端企业的练习，又有针对 C 端企业的练习。大量的学员互动与现场演练，让学员全程高能，无睡点，无尿点。

4、理论夯实：学习的知识能否落地的关键，就是这些知识有没有夯实的理论背景支持。没有理论背景支持的知识，只不过是培训师的经验之谈，换一家企业换一个行业就落空了欧洲著名商学院 MBA 毕业的王子璐，课程设计的每一个章节的背后都有 N 个经典的理论支撑。培训师的最高境界，就是能把很多人看似枯燥的理论，讲得和故事一样精彩。

【王子璐课程目录】

第一章：商业环境与产品营销逻辑的认知

第二章：以产品为导向的用户分析

第三章：以产品为导向的市场分析

第四章：产品规划与定位策略

复盘环节：电影案例《路程》

沉淀环节：工具提炼

【王子璐课程大纲】

第一章：商业环境与产品营销逻辑的认知

一、介绍商业模式与营销发展经历的四个阶段

二、探讨商业演变过程中不同阶段成功的核心要素

三、思考 4P 理论是否过时

四、建立数字化时代商业模式与营销创新模型

五、分析过往商业流程四部曲

六、建立创新商业流程四部曲

七、练习：分析你所在的行业的商业阶段与未来应对

本章理论依据

1、营销 4P 战略——菲利普·科特勒

2、《商业模式画布》——亚历山大

第二章：以产品为导向的用户分析

一、明确你的用户是谁

1、学习如何精准的找到用户

2、建立社群营销的概念

3、分析在一个大的商业价值链中 B 端 C 端 G 端的用户分别是谁

4、常见的五大用户分类方法

5、学习如何通过产品内容的设计变化有效获客

6、学习有效的用户画像方法

7、案例分析：用户画像

8、练习：寻找客户与用户画像

二、了解用户深度的需求

1、明确用户的需求决定产品的内容

2、了解用户的需求有浅层和深层之分

3、建立用户左右脑价值需求模型

4、建立用户的五层金字塔需求价值体系

5、简要分析“性价需求”与“服务需求”

6、深度分析“情绪需求”

6.1 建立满足用户“情绪需求”的两大方法

6.2 案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“情绪需求”

7、深度分析“社交需求”

7.1 建立满足用户“社交需求”的方法

7.2 案例分析：如何通过产品/服务满足用户的“社交需求”

8、介绍“文化需求”与“IP 的价值”

9、案例回顾：用户需求在五层金字塔价值模型的递进规律

10、练习：分析你所在行业的用户需求阶段及未来应对

三、基于大数据的用户行为分析

1、传统用户问卷调查常见的问题

2、学习比问卷更有效的客户行为分析方法

3、案例分析：学习用户行为分析的逻辑

4、案例分析：大数据在用户行为分析中的价值

5、学习行为分析的三种常用方法

四、用户粘性细分及营销方式

1、3+1 层用户粘性细分法

2、不同层次的用户营销策略

3、如何把用户变为粉丝

本章理论依据

1、马斯诺需求理论——马斯诺

2《大数据时代》——肯尼斯·库耶克

第三章：以产品为导向的市场分析

一、市场分析的三大关注点

1、势

2、市

3、事

二、市场宏观分析方法

1、站在风口上连猪都能起飞

2、市场宏观趋势讨论：李佳琦的成功是否可以复制

3、PEST 宏观市场分析方法介绍

- 4、练习：PEST 分析
- 三、市场微观分析方法
 - 1、五力分析方法介绍
 - 2、练习：五力分析方法
- 四、企业优劣势分析方法
 - 1、SWOT 分析方法在商业中的应用
 - 2、案例：中国最古老的 SWOT 分析《隆中对》
 - 3、练习：SWOT 分析
- 五、寻找有效的空白市场和获客流量洼地
 - 1、建立企业、客户、竞品之间的价值关系模型
 - 2、基于价值关系模型寻找空白市场
 - 3、案例：红海中的蓝海市场
- 六、市场盈利模型的本质研究
 - 1、传统商业盈利结构
 - 2、微笑曲线理论
 - 3、案例：基于价值环节的盈利模型组合
 - 4、盈利模型创新五大方法
 - 4.1 添加
 - 4.2 裁剪
 - 4.3 转化
 - 4.4 锁定
 - 4.5 平台
- 本章理论依据
 - 1、PEST 理论——迈克·波特
 - 2、五力分析模型——迈克·波特
 - 3、SWOT 分析模型——韦里克
 - 4、价值链理论——迈克·波特
 - 5、《免费》——克里斯·安德森
 - 6、《从 0 到 1》——彼得·蒂尔&布莱克·马斯特斯
 - 7、微笑曲线——施振荣

第四章：产品规划与定位策略

- 一、案例：讨论产品策略的三大核心要素
 - 1、爆点
 - 2、定位
 - 3、体验
- 二、产品爆点
 - 1、产品的爆点不等于产品的特点
 - 2、常见的三大产品爆点
 - 3、提炼产品爆点的方法
- 三、产品定位
 - 1、产品定位的本质
 - 2、三种常用的产品定位方法
 - 3、三种产品定位方法的经典营销理论讲解

4、案例：产品定位的成功与失败

四、产品体验

1、反人类的产品体验案例分享

2、打造良好产品体验的核心思路

3、案例：打造良好产品体验的方法

本章理论依据

1、定位理论——里斯&特劳特

2、数一数二理论——杰克·韦尔奇

3、长尾理论——克里斯·安德森

4、少即是多——路德维希·密斯·凡德罗

复盘环节：电影案例《路程》

1、王子璐老师的这个课程（仅限 2 天版），在课程讲授完成后，还将通过一部电影案例《路程》带领学员进行复盘。

2、这是王子璐老师独创的电影教学模式。这部电影《路程》是王子璐为了增强学员对课程的理解和学习热情，根据课程教学内容，亲自参与设计剧本，并由专业演员参与演出，拍摄的一部商业谍战电影。其中，王子璐老师在其中也有客串出演。

3、电影的剧情是按课程的逻辑展开发展。复盘中将根据电影剧情的发展，回顾课程中的知识点，并通过提问与学员的互动，巩固所学知识点。

剧照分享，以供参考：



沉淀环节：工具提炼

沉淀环节，王子璐老师将针对课程中出现的工具进行高度提炼，并留存给学员，用于学员日后回顾和开展工作是的应用。