

《B 端初级产品经理技能提升》

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：2 天

课程背景：

B 端产品与客户需求往往有着密切的关联，对于需求解决的问题，令不少产品经理感到头疼，如何照顾客户需求，发现问题并且应用至产品中去是一个不小的难题。本课程将详细为您解析 B 端产品设计与运营的全业务流程及关键点。

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	B 端产品设计概述	<ol style="list-style-type: none">1. 心态转型：<ol style="list-style-type: none">1) 如何从传统 IT 转为产品设计？2) 如何从传统项目人员转为产品设计？3) 其他方向如何转型到产品？2. 能力转型：<ol style="list-style-type: none">1) 产品设计在早期需要掌握什么能力2) 培养产品思维的四种方法3) 产品设计的心智模型4) 产品设计常犯的 error 和需要具备的素质3. 未来前景：<ol style="list-style-type: none">1) 当代产品设计所遇到的机遇与挑战2) 做产品设计与运营对未来的职业生涯有那些好处？
单元二	产品设计与运营需要具备的思维模型和基础能力	<ol style="list-style-type: none">1. 产品设计必备一组思维模型<ol style="list-style-type: none">1) 用户思维2) 同理心思维3) 商业思维&商业画布4) 场景思维5) 极致思维6) 流量思维7) 创新思维8) 产消思维2. 产品设计必备一组基础能力之一-数据能力<ol style="list-style-type: none">1) 数据价值认知2) 数据思维建立3) 数据系统运营4) 数据资产变现3. 产品设计必备一组基础能力之二-技术能力<ol style="list-style-type: none">1) 了解 5G，物联网，大数据，云计算，区块链的

		<p>基础概念和逻辑关系</p> <p>4. 了解创新技术和产品设计的融合方式</p>
单元三	B端用户需求解决路径：场景	<p>1. 深化客户视角：锁定用户画像</p> <p>2. 聚焦客户视图</p> <p>1) 了解客户的经营定位和业务目标</p> <p>2) 从产品视图到客户视图的转变</p> <p>3) 什么是客户视图：全方位展示客户业务场景的完整视图</p> <p>4) 从把握需求点到挖掘场景流，对客户业务场景流进行还原并放大其细节情境。</p> <p>5) 找到应用场景：某项应用最可能被客户使用的所处场景，应用因场景而产生价值。</p> <p>3. 穿透场景锁定价值：</p> <p>1) 拜访客户探索需求，找谁谈？谈什么？怎么谈？</p> <p>2) 划清全流程环节，锁定关键主环节，找准场景关键人</p> <p>4. 锁定应用价值，用产品与用户共创价值</p>
单元四	确定客户需求价值	<p>1. 是否阻碍了用户的业务流程</p> <p>2. 是否影响了客户的核心利益</p> <p>3. 影响角色有哪些，是否影响与平台的进一步合作</p> <p>4. 是否影响开拓新客户</p>
单元五	B端产品方案拟定及产品设计	<p>1. 应用架构设计</p> <p>2. 功能模块设计</p> <p>3. 产品敏捷开发与迭代</p> <p>4. 业务数据建模</p> <p>5. 界面设计</p> <p>6. 数据埋点设计</p> <p>7. 权限设计</p>
单元六	B端产品应用的技术介绍	<p>1. 5G，云，大数据，物联网，AI，区块链解析</p> <p>2. 创新技术与实体产品结合的锚点</p>
单元七	B端产品项目跟进与管理	<p>1. 项目需求：粉丝意识与用户体验</p> <p>2. 项目选择：基于大数据</p> <p>3. 项目团队：虚拟化</p> <p>4. 项目管理组织：扁平化</p> <p>5. 项目计划：滚动与迭代</p> <p>6. 项目执行：快速发应</p> <p>7. 项目监控：在线化</p>
单元八	B端产品的营销推广	<p>1. 锁定行业客户属性，根据客户属性定制营销策略</p> <p>2. 地推，会销，传统代理的推广策略解析</p> <p>3. 大行业客户的顾问式销售七步法法则解析</p> <p>4. 线上平台属性解析</p> <p>5. 找到线上平台与目标客户行业的交点，聚焦打击</p>
单元九	B端产品的运营管理	<p>1. 通过数据埋点来解析日常数据，发现用户运营难点和体验痛点，提升产品体验以及迭代效率。</p>

		<ol style="list-style-type: none">2. 通过用户调研和场景深挖发现产品问题1) 调研问卷好不好？2) 让客户来我司谈问题好不好？3) 深度访谈的问题是什么？3. 怎样做品宣才能投入产出比最好的营销产品？4. 如何对客户宣讲我们的产品
单元十	产品如何定价	<ol style="list-style-type: none">1. 定价的重要性2. 定价心理学3. 八大定价策略4. 定价中容易出现的错误方式5. 六步法定价