

《互联网产品设计思维和生态构建》

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：1天

课程背景：

随着互联网不断发展，如何拥有更好的产品思维、做好用户战略和产品体验设计显得更加重要，这是一项灵活度很高的工作，而且在不同公司，针对不同产品，要做的事也有很大区别。如何掌握产品设计与优化最核心的技能，如何更好的满足不同客户需求，设计出更好的互联网产品。在众多企业的产品中心仍处于摸索时期。

- 读懂互联网产品思维
- 用户战略该如何分解和实施？
- 一个优秀的产品设计该具备怎样的知识结构？
- 如何做好产品的用户体验？用户体验的要素都包含什么？
- 产品做好后如何管理产品周期并做好产品运营？
- 如何做好产品生态

以上这些，成为决定一个优秀产品团队成长中应该关注的重点。

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	产品的互联网思维	<ol style="list-style-type: none">1. 什么是产品的互联网思维2. 如何让我们的产品更好的做好体验3. 做产品管理对自己的职业生涯有什么帮助
单元二	认知用户	<ol style="list-style-type: none">1. 深化客户视角：锁定用户画像2. 聚焦客户视图<ol style="list-style-type: none">1) 了解客户的经营定位和业务目标2) 从产品视图到客户视图的转变3) 什么是客户视图：全方位展示客户业务场景的完整视图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。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。3. 穿透场景锁定价值：<ol style="list-style-type: none">1) 拜访客户探索需求，找谁谈？谈什么？怎么谈？2) 划清全流程环节，锁定关键主环节，找准场景关键人4. 锁定应用价值，用产品与用户共创价值

单元三	创造需求价值	<ol style="list-style-type: none"> 1. 是否阻碍了用户的业务流程 2. 是否影响了客户的核心利益 3. 影响角色有哪些，是否影响与平台的进一步合作 4. 是否影响开拓新客户
单元四	产品方案拟定及产品设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 应用架构设计 2. 功能模块设计 3. 产品敏捷开发与迭代 4. 业务数据建模 5. 界面设计 6. 数据埋点设计 7. 权限设计
单元五	产品的营销推广	<ol style="list-style-type: none"> 1. 锁定行业客户属性，根据客户属性定制营销策略 2. 地推，会销，传统代理的推广策略解析 3. 大行业客户的顾问式销售七步法法则解析 4. 线上平台属性解析 5. 找到线上平台与目标客户行业的交点，聚焦打击
单元六	产品生态设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 从平台模式到平台生态 2. 平台生态的四种模式 3. 走进平台生态型企业 4. 如何构建平台生态圈