

# 《互联网及新媒体领域快速迭代解析》

**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(6小时)

## 课程背景：

随着互联网及新媒体不断发展，产品体验设计和优化以及社会化运营乃至包括快速的迭代显得更加重要，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迭代最核心的技能，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。

## 本课程亮点：

- 互联网的产品设计和运营是具有创新性，技术性，逻辑性，系统性的一门工作，很多人认为学会了某一个或几个工具就学会了产品设计，而忽略了产品设计的系统全面性，更加对产品的快速迭代了解不清晰，本课程为您做详细解析。

## 课程收益：

培训完后，学员能够：

- ◇ 了解互联网产品设计产生的背景
- ◇ 了解互联网产品对快速迭代中的定位、职责、素质、能力要求
- ◇ 理解产品快速迭代中的用户痛点寻找，产品体验设计，交互设计等具体工作的办法
- ◇ 掌握产品生命周期管理的基本方法和决策机制
- ◇ 掌握产品的创新性营销思维及各种运营方法

## 课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	产品的管理的由来	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ 产品经理是CEO的接班人</li><li>❖ 什么是互联网产品</li><li>❖ 产品经理诞生的背景与原因</li><li>❖ 做产品经理对自己的职业生涯有什么帮助</li></ul>
单元二	产品迭代：需求的再次获取	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ 产品运营起来之后的快速回馈</li><li>1) 自我需求挖掘</li><li>2) BOSS,合作方，甲方需求回馈；</li><li>3) 用户需求反馈：APP，贴吧，百度知道，知乎用户评论，产品自带，问卷调研，用户访谈等。</li></ul>

单元三	产品迭代：需求的管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 回馈的是真需求还是伪意见，如何辨别</li> <li>❖ 回馈的需求如何取之精华</li> <li>❖ 回馈的需求和产品方向不一致该如何处理</li> <li>❖ 对于有价值的回馈该如何进行需求全生命周期管理</li> </ul>
单元四	产品迭代：需求分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 驳回和产品定位相违背的需求</li> <li>❖ 要过滤不合理和小众需求</li> <li>❖ 常见需求优先级标准该如何判别： <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 需求带来了多少收益</li> <li>2) 需求所占到的用户数量有多大</li> <li>3) 需求的使用频次有多高</li> </ol> </li> </ul>
单元五	产品迭代：竞品分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 如何合理的选择类似的产品</li> <li>❖ 分析针对该痛点，竞品公司如何处理</li> <li>❖ 对比竞品公司解决方案，找到最适合我方的解决方式</li> <li>❖ 竞品调研的坑： <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 避免一个人埋头设计</li> <li>2) 提高设计效率</li> <li>3) 培养设计思维</li> </ol> </li> </ul>
单元六	产品迭代：功能设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 业务流程图再梳理</li> <li>❖ 业务原型图再梳理</li> <li>❖ PRD,MRD 文档再梳理</li> <li>❖ 交互视觉的再梳理</li> </ul>
单元七	产品迭代：测试 & 上线 & 数据跟踪	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 测试：提测与测试</li> <li>❖ 上线 AB 申请验证</li> <li>❖ 跟踪后期数据变化</li> </ul>