

《商业产品经理》

讲授专家：李勇

培训对象：1、希望学习商业产品的人士；
2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；
3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；

课程时间：1天(6小时)

课程背景：

通过做一款产品，满足用户的需求，用户进行付费，这就是商业产品经理，但是我们发现能具备商业素养的产品经理少之又少，那么怎么才能具备底层的商业思维，更好的做好产品的需求和商业变现，本课程为您详细讲解。

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	什么是商业产品经理	1. 商业产品经理的背景 2. 商业产品经理的价值 3. 商业产品经理需要具备的基本素养 4. 商业产品经理的未来
单元二	商业产品分为几大类	1. 前向付费产品 1) 会员服务 2) 体验服务 3) 内容付费 4) 产品付费 2. 后向付费产品 1) banner广告 2) 搜索竞价 3) 会员服务 4) 佣金抽成
单元三	如何找到商业切入点	1. 用户需求分析 1) 明确用户需求目标 2) 分析用户使用行为 3) 挖掘用户内在需求 2. 平台资源梳理 1) 找出平台基础 2) 操作便捷 3) 安全需求 4) 场景需求 3. 商业切入点

		<ol style="list-style-type: none"> 1) 开屏广告 2) 软植入 3) Banner 广告，文字链，视频贴片 4) 视频与直播
单元四	商业模式要素详解	<ol style="list-style-type: none"> 1. 价值主张 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：价值主张是商业模式的核心 2) 价值主张要素分析 2. 客户细分 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：集中资源，让价值最大化 2) 如何进行客户细分 3. 分销渠道 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：价值传递 2) 如何进行渠道选择 4. 客户关系 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：消费者主权时代的客户价值 2) 客户关系维系与发展模式 5. 关键业务 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：关键业务并非主营业务 2) 在全局下选择你的关键业务 6. 核心资源 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：从资源到经济价值转化 2) 资源分配的四极法则 7. 重要合作 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：商业生态圈 2) 合作动机与关系类别 8. 成本结构 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：成本驱动与价值驱动 2) 产品与服务如何定价 9. 收入来源 <ol style="list-style-type: none"> 1) 案例：利益相关者之间的交易结构 1. 交易结构设计维度与商业模式创新
单元五	商业模式介绍	<ol style="list-style-type: none"> 1. 非绑定式商业模式 2. 长尾式商业模式 3. 多变平台式商业模式 4. 免费商业模式 5. 开放商业模式
单元六	商业计划书	<ol style="list-style-type: none"> 1. 确定商业定位 2. 确定目标用户痛点和需求 3. 解决方案与产品 4. 市场规划 5. 竞争对手解析 6. 运营状况解析 7. 未来规划 8. 融资计划和财务预测 9. 团队成员介绍 1. 其他注意事项