

《数字化产品创新和渠道运营》

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：

数字化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数字化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	数字化产品设计概述	<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	数字化用户需求解决路径：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	数字化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	数字化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	数字化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	数字化产品的营销推广	<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	数字化产品的运营管理	<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