

《数字能力提升业务管理经营价值》

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、对产品感兴趣的人士；

课程时间：1天

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解数字时代一组思维模型和两个基本能力的重要性；
- ◇ 了解数字时代下的用户需求，用户画像，产品高效运营及迭代的方式方法；

课程大纲：

单元	大纲	内容
单元一	数字时代管理人员需要具备的三种必备的能力	<ol style="list-style-type: none">1. 产品思维能力：<ol style="list-style-type: none">1) 用户产品力思维2) 商业逻辑力思维3) 场景力思维….2. 数据能力：数据价值认知-数据思维建立-数据系统运营---数据资产变现3. 技术能力：云大物移智链的认知能力
单元二	通过数字化重新认知用户需求	<ol style="list-style-type: none">1. 数字化手段如何正确打开用户画像<ol style="list-style-type: none">1) 什么是好的用户画像2) 用户画像真实感价值3) 用户画像探知最有效的方式2. 先区分后描述，全面认知用户特征<ol style="list-style-type: none">1) 用户群体是对用户的宏观认识2) 建立数据，特征，画像的关联3) 从单一用户群体到用户群体矩阵3. 通过数据更换高利用场景判断用户的真实需求<ol style="list-style-type: none">1) 用户场景是对产品所在所部环境的描述2) 考虑使用产品的物理环境3) 考虑用户所在的社会场景4) 考虑用户心理变化5) 利用场景判断需求4. 怎样探索用户心智<ol style="list-style-type: none">1) 用户心智是用户需求的根源2) 社会心智3) 认知行为心智4) 用户常见的认知偏误5. 找到真实有效的需求点<ol style="list-style-type: none">1) 需求是用户对解决现存问题的需要

		<ul style="list-style-type: none"> 2) 需求不是无边界的 3) 需求的主体是目标用户 4) 需求存在不同层次
单元三	通过数字化手段创造产品价值	<ul style="list-style-type: none"> 1. 机遇用户需求而判断出的产品价值 <ul style="list-style-type: none"> 1) 产品价值是用户主观感受吗? 2) 产品价值受什么影响 3) 产品价值的应用 2. 核心用户价值就是产品要实现的价值 <ul style="list-style-type: none"> 1) 找到产品核心价值 2) 产品价值 = (新体验 - 旧体验) - 迁移成本 3) 在短期效果与长期价值之间做权衡 3. 用户体验 = 可用性 + 易用性 + 确定性 <ul style="list-style-type: none"> 1) 用户体验存在四个维度 2) 可用性是用户价值核心 3) 易用性是达成目标成本 4) 稳定性是对复杂场景中有更高要求 6. 超预期性并非用户体验必要组成
单元四	如何通过数据方式拉动业务运营策略	<ul style="list-style-type: none"> 1. 如何通过数据做好 SWOT 分析做好产品差异化 2. 如何通过数据做好运营策略差异化 3. 找到同各国数据了解差异化并定位品牌? 4. 如果通过数据化做好战略战术安排?