

《用户需求挖掘和产品规划》

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(12小时)

课程背景：

如何挖掘出潜在的、真实的、完整的用户需求？

如何有效控制需求变更，保证客户对需求的认可和一致性？

如何挖掘出高价值的用户需求？

如何让产品需求能够更好满足用户需求？

任何开发工作，不论是开发新产品新项目，还是对原有产品进行改进，判断其是否成功无外乎：1) 用户要满意、客户认可、市场接受；2) 开发工作有更高的市场价值。前者意味着开发工作要能与目标用户的真实需求保持高度一致，后者意味着开发工作要能提供更高层次的用户体验，由于用户的需求是有层级的，对需求的满足和一致，只有在更高层级的满足，才能带来更大的价值，而不只是简单地停留在解决问题的层面。

失败的需求分析，往往连用户最基本的需求都没有搞清楚，客户、项目经理和开发人员对需求都有不同理解，导致变更频繁、周期延长，耗费大量资源和时间，最后客户也不满意；

合格的需求分析，可以搞清用户意识到的需求，在一定的使用场景和范围内满足用户需求，解决用户当前面临的问题，但是否能兼顾到用户没有考虑到的问题，或者能够提供更好的体验，往往就没能做得更好；

成功的需求分析，不仅能搞清用户意识到的需求，还能分析出用户未意识到的需求，并在用户纷乱繁杂的需求中，理出头绪，找出价值层级更高的需求。

本课程的目的主要解决以下问题：

- 1) 如何挖掘出真实、完整的用户需求，避免开发过程中反复的变更、返工，提升开发效率；
- 2) 如何引导和控制用户，而不是一味盲目地满足用户需求，最终达成一致的满意结果；
- 3) 如何针对不同细分市场和用户群进行调研，分析出需求的差异、变化和优先级，
- 4) 如何通过研究用户体验价值，挖掘价值更高层级的需求，提升产品价值和效益。

课程收益：

培训完后，学员能够：

- ◇ 了解用户需求挖掘的流程和方法
- ◇ 理解产品的用户痛点寻找，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	效益
单元一	产品的管理的由来	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 产品经理是 CEO 的接班人 ❖ 什么是互联网产品 ❖ 产品经理诞生的背景与原因 ❖ 做产品经理对自己的职业生涯有什么帮助 	本单元让学员快速的了解产品经理诞生的背景
单元二	用户调研与需求分析	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 你准备提供的产品和服务，解决了什么需求？ <ol style="list-style-type: none"> 1) 目标用户是谁 2) 如何做用户画像 3) 刚需还是改善需求 4) 高频 OR 低频 5) 寻找法则是怎样的 6) 产品属性该如何了解 ❖ 提供产品的市场是否足够大，如何判定？ ❖ 你所提供的产品和服务动了谁的奶酪？ ❖ 产品模式是否会被更容易被抄袭 ❖ 盈利模式 ❖ 产品价值观 <p style="color: red; font-size: small;">案例：360，苹果，易车配，鲸工，微信，阿里，小黄车等（案例涉及从 B2B2C，B2B,B2C,OTO 等常见的互联网模式）</p>	学习一个合格的互联网经理该如何寻找产品痛点，用户战略的做法该如何部署。
单元三	BATJ 如何进行产品管理	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 需求、设计、研发、上线的分析与管理 ❖ 产品团队的组织结构管理 ❖ 以用户场景理念来做好产品的项目管理 ❖ 产品的生命周期管理及良性迭代 ❖ 敏捷开发如何在互联网产品中实施 <p style="color: red; font-size: small;">案例：网易游戏的团队的敏捷开发及项目管理是如何实施的。</p>	了解并掌握三产品经理做产品时该如何做好项目管理
单元四	产品规划及设计	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 互联网产品定位核心功能 ❖ UED 设计师应该具备的三种心态及知识图谱 ❖ 理解什么是设计体验及产品交互 ❖ 产品管理体验管理与创新 ❖ 如何做好基于人性的设计 ❖ 什么是服务设计，如何做好服务链条设计 <p style="color: red; font-size: small;">案例：阿里内部产品设计，滴滴打车全体验设计。</p>	了解并学习一个优秀的 UED 设计师该如何做好体验及设计
单元五	产品相关工具、迭代及文档制作	<ul style="list-style-type: none"> ❖ BRD、MRD、PRD 文档制作及高保真原型设计 ❖ 思维导图及 AXURE 等高效工具介绍 ❖ 敏捷开发及快速迭代，AB 测试及灰度发布 	了解并学习如何利用高效工具进行敏捷开发
单元六	数字化产品项目管理提出的新要求	<p>壹、项目需求：粉丝意识与用户体验</p> <p>贰、项目选择：基于大数据</p> <p>参、项目团队：虚拟化</p> <p>肆、项目管理组织：扁平化</p> <p>伍、项目计划：滚动与迭代</p> <p>陆、项目执行：快速发应</p>	本单元让学员明确互联网时代给项目管理带来的新变化

		七、项目监控：在线化	
单元七	产品的用户运营	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 用户运营包含的内容：拉新，留存，促活 ❖ 用户运营策略该如何实施 ❖ 移动互联网时代下的营销思维 ❖ 种子用户的挖掘与培养 ❖ 如何对用户运营做效果评估 ❖ 用户运营的七个建议 <p>案例：易车配是如何做好用户运营的</p>	了解什么是用户运营，并掌握用户运营的策略方法
单元八	互联网平台关于用户的数据运营	<ol style="list-style-type: none"> 1、用户运营包含的内容：拉新，留存，促活 2、客户获取分析 3、客户激活响应与偏好分析 4、客户保有与流失分析 5、客户标签获取与价值分析 6、用户运营策略该如何实施 7、种子用户的挖掘与培养 8、如何对用户运营做效果评估 9、用户运营中的 7 个建议 10、运营管理中必须关注的十大数据维度：用户量、用户增长率、用户流失率、用户留存率、渠道转化率、MAU、DAU、变现转化率、回购率、人群画像分布以及 ROI。 11、运营渠道效果提升的办法 <p>案例详解：渠道中数据管理的秘密 案例：老树新花，如何做好用户运营</p>	了解什么是用户的数据运营，并掌握用户标签的打法和运营的策略方法
单元九	产品的活动运营和内容运营	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 什么是活动运营和内容运营？ ❖ 活动运营策划的要点是什么？ ❖ 运营的借势能力 ❖ 运营的热点、时事的敏感度 ❖ 内容运营中 10 个营销常见的用户心理效应 ❖ 文案中的常识陷阱。 <p>案例详解：如何做好一个引爆互联网的产品营销活动。</p>	学习和了解怎样做好产品活动运营和内容运营