



产品设计思维及推广策略

课程背景：

在互联网快速发展的今天，用户思维很重要，产品创新也非常重要，然而您是否知道——如何借鉴全球顶尖工业设计公司的创新方法？如何提炼产品策略？如何开发具有扎实需求基础和粘性的产品？，这正是需要基于全球顶尖工业设计公司的实战经验及对中国企业产品创新的深刻观察，借助国际创新界最推崇的“设计思维”创新方法与流程，从用户驱动的角度着手，给您带来真切的产品设计体验的课程。

课程收益：

- 1、熟悉互联网时代产品经理的职责认知及必备专业技能
- 2、了解目前国际创新界最受推崇的“设计思维”创新方法与流程
- 3、掌握产品经理的产品规划与用户需求驱动管理方法
- 4、获得创新型的产品开发视角和工作方法
- 5、运用用户思维，设计/开发粘性产品
- 6、掌握基于用户场景化的互联网产品设计与规划思路

课程特色：

- 1、本课程导入最新的互联网产品设计及用户体验思维，充分了解产品，设计产品，发布产品，体验产品的流程设计，有很强的应用性；
- 2、授课通过案例分析、视觉呈现、世界咖啡等引导技术，课程参与性更强，更容易转化为行动，辅助培训落地。

课程对象：产品经理、业支员工等

课程时长：1-2天

课程大纲：

一、产品经理的职责认知及必备专业技能

- 1、制定产品开发计划和营销方案
- 2、对产品利润产品营业额市场份额负责
- 3、进行产品定位，功能规划，产品价值点塑造
- 4、把握用户构建用户模型
- 5、竞品对比分析优化产品
- 6、规划产品设计流程
- 7、产品经理的市场发动机职能
- 8、产品经理必备八大必备专业技能

二、前瞻性产品创新的必要条件：设计vs设计思维

- 1、狭义设计的短板
- 2、设计思维是什么
- 3、它在设计界之外的应用和反响如何

三、设计思维体系中的产品创新

- 1、从人开始：B2B技术型公司的用户思维
- 2、可以启发需求洞察的各类方法
- 3、策略是灵魂：如何提炼策略



4、创意执行：激发团队集体创造力的各种方法

四、产品经理的产品规划与需求管理



- 1、产品要思考的6个关键问题
- 2、产品定位法
- 3、标杆产品（竞争对手分析）图
- 4、典型用户（persona）画像模板
- 5、以用户为中心的设计思维图
- 6、寻找用户痛点的五大方法
- 7、基于用户痛点的产品解决方案
- 8、用户痛点——高纬度产品功能性能解决方案
- 9、用户，粉丝或众筹的方式验证产品和需求
- 10、功能+情感，痛点+产品，粉丝+口碑产品推广
- 11、产品经理的产品设计工作流程及节点
- 12、需求优先级的定义和roadmap规划

五、基于场景化的互联网产品设计与规划思路

- 1、产品Sense/创新思维
 - (1) 用户需求优先级排序
 - (2) 怎样培养“产品Sense”
 - (3) 创新的思维
- 2、代合调改用消排策略
- 3、产品规划流程
 - (1) 产品规划的流程定义
 - (2) 用户需求的分析方法
 - (3) 如何排定产品功能的优先级
- 4、产品设计实例解读
- 5、体验产品
 - (1) 体验产品的原则
 - (2) 体验产品的技巧

六、优秀产品经理的运营策划

- 1、用户运营：
 - (1) 用户运营包含的内容：拉新，留存，促活
 - (2) 用户运营策略该如何实施
 - (3) 移动互联网时代下的营销思维
 - (4) 种子用户的挖掘与培养
 - (5) 如何对用户运营做效果评估
 - (6) 用户运营的七个建议
- 2、产品的活动运营和内容运营：
 - (1) 什么是活动运营和内容运营？
 - (2) 活动运营策划的要点是什么？
 - (3) 运营的借势能力
 - (4) 运营的热点、时事的敏感度
 - (5) 内容运营中10个营销常见的用户心理效应
 - (6) 文案中的常识陷阱。
- 3、产品的数据运营和渠道运营：

- 
- 
- (1) 运营不是放素材的搬运工
 - (2) 运营管理中必须关注的指标
 - (3) 运营渠道效果提升的办法
 - (4) 运营中的渠道奥妙

七、优秀产品经理的工具百宝箱

- 1、用户需求挖掘与用户需求文档模板
- 2、产品开发计划书模板
- 3、FRD和BRD文档模板
- 4、产品开发的4-2组织管理原则
- 5、产品市场价值的测算模型
- 6、启动用户的种子用户与用户传播法则
- 7、产品经理项目管理的甘特图
- 8、产品经历的用户思维图
- 9、产品开发项目管理的PDCA