

# 产品设计和运营训战

**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：**系列一：产品用户战略设计

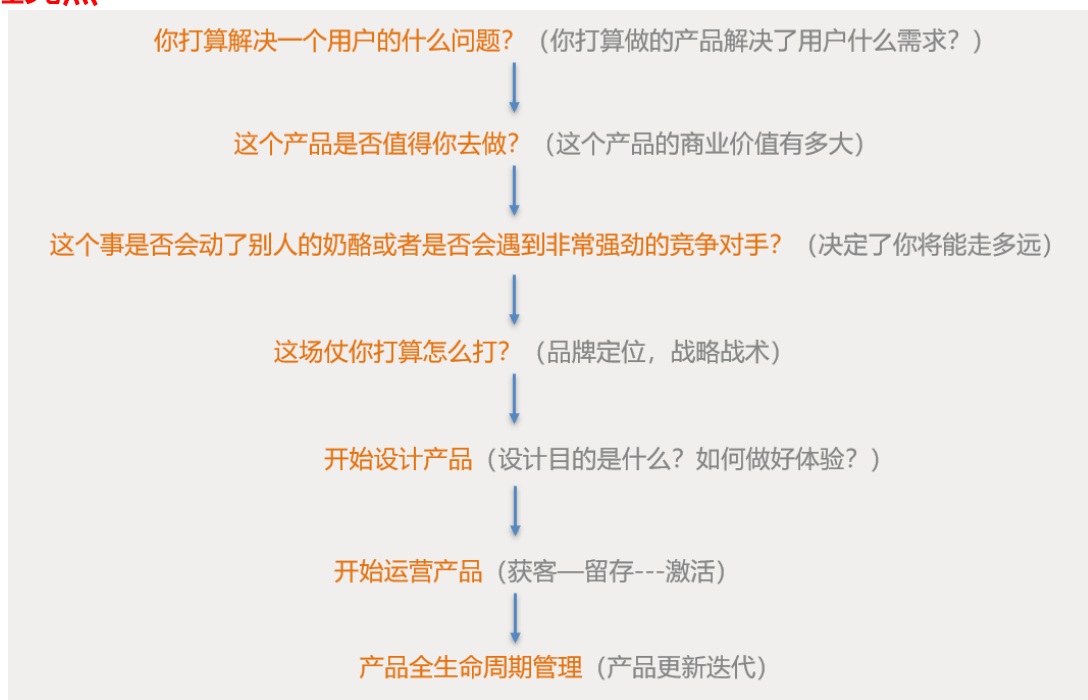
系列二：产品体验设计和服务设计

系列三：产品运营实战

系列四：产品项目管理

系列五：产品设计训战模块

**本课程亮点：**



任何一个产品从出生开始，都要经历我们所看到上图所示的七大步骤。所以我们常常说 PM 是 CEO 的接班人，就是因为一个优秀产品设计师，需要掌握商业，人性，思维逻辑，艺术等全方位的综合知识。所以产品设计和运营是具有创新性，技术性，逻辑性，系统性的一门工作，决然不像很多人认为学会了某一个或几个工具就学会了产品设计，而忽略了产品设计的系统全面性，本课程将针对这七个环节三个系列逐一为大家进行讲解，课程中存在大量实战案例，落地性极强，学员可以学以致用。

**【授课方式】**

专题讲解、案例剖析、互动讨论、情境模拟、行动学习、引导技术、实战模拟演练、总结归纳等

**【培训时间】**

## 1-3 天理论+战训辅导 (4-6 天)

### 课程系列一：产品用户战略设计

系列一	用户战略设计	内容
单元一	你打算做的产品解决了用户什么需求？	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 你要解决的这个问题是个真需求还是个伪需求？</li><li>2. 如何找到真正的用户需求：要拥有用户思维</li><li>3. 什么是用户思维？用户思维为什么很难以把握？</li><li>4. 怎么样才能掌握用户思维？</li></ol>
单元二	客户需求解决路径：场景	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 深化客户视角：锁定用户画像</li><li>2. 聚焦客户视图<ol style="list-style-type: none"><li>1) 了解客户的经营定位和业务目标</li><li>2) 从产品视图到客户视图的转变</li><li>3) 什么是客户视图：全方位展示客户业务场景的完整视图</li><li>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。</li><li>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。</li></ol></li><li>3. 穿透场景锁定价值：<ol style="list-style-type: none"><li>1) 拜访客户探索需求，找谁谈？谈什么？怎么谈？</li><li>2) 划清全流程环节，锁定关键主环节，找准场景关键人</li></ol></li><li>5. 锁定应用价值，用产品与用户共创价值</li></ol>
单元三	你要解决的这个问题是否值得做？产品商业价值有多大？	<ol style="list-style-type: none"><li>4. 你应该了解一下产品属性所带来的价值挑战</li><li>5. 真正的产品商业模式实战</li><li>6. 做什么都要算账（人，财，物，时间）</li></ol>
单元四	你要设计的产品是否会动了别人的奶酪或者遇到非常强劲的竞争对手	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 如何做竞品分析</li><li>2. 如何通过用户体验地图看竞争</li><li>3. 如何通过政策看竞争</li><li>4. 用何种心态对待竞争</li></ol>
单元五	这场仗你打算怎么打？	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 如何用接地气的 SWOT 分析做好产品差异化</li><li>2. 如何做好运营策略差异化</li><li>3. 找到差异化以后如何定位品牌？</li><li>4. 如何做好战略战术安排？</li></ol>

### 课程系列二：产品体验设计和服务设计

系列二	产品体验设计和服务设计	内容
单元一	产品设计的流程到底是什么？	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第一步：明确你的设计目的</li> <li>2. 第二步：做好设计策略</li> <li>3. 第三步：明确设计方法</li> </ol>
单元二	为什么要明确设计目的？	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设计是一项艺术工作？还是商业行为？</li> <li>2. 如何看待设计目的和体验设计的矛盾</li> <li>3. 设计目的最重要的两个要求是什么</li> </ol>
单元三	做好设计策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设计策略一：潜意识</li> <li>2. 设计策略二：逻辑化和规则化</li> <li>3. 设计策略三：重复最小单元</li> </ol>
单元四	明确设计方法	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设计方法一：定义目标</li> <li>2. 设计方法二：发散</li> <li>3. 设计方法三：坚持最小原型</li> <li>4. 设计方法四：测试</li> </ol>

### 课程系列三：产品运营实战

系列三	产品运营实战	内容
单元一	什么是真正的运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、什么是运营？我们该运营什么？</li> <li>2、平台运营需要具备的能力和素养</li> <li>3、AARRR 增长黑客的思维解析</li> </ol>
单元二	运营中的方法论	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、通过 3P 理论深入了解运营</li> <li>2、通过产品分析、用研等方法来确定运营指标的方法。</li> <li>3、运营中的人性考量</li> <li>4、运营工作中六个坑</li> </ol> <p>案例：通过答案奶茶，这儿养车，洁神干洗等 O2O 模式如何设定运营指标，如何做好运营策略</p>
单元三	用户的数据运营实战	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、用户运营包含的内容：拉新，留存，促活</li> <li>2、客户获取分析</li> <li>3、客户激活响应与偏好分析</li> <li>4、客户保有与流失分析</li> <li>5、客户标签获取与价值分析</li> <li>6、用户运营策略该如何实施</li> <li>7、种子用户的挖掘与培养</li> <li>8、如何对用户运营做效果评估</li> <li>9、用户运营中的 7 个建议</li> </ol> <p>案例：老树新花，如何做好用户运营</p>
单元四	数据运营与管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、运营不是投放素材的搬运工</li> </ol>

	方法	2、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。 3、运营渠道效果提升的办法 案例详解：渠道中数据管理的秘密
单元五	产品的内容及渠道运营	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。 案例详解：如何做好一个引爆互联网的产品营销活动。包括拼多多，京东到家等案例。

### 课程系列四：产品项目管理

系列四	产品项目管理	内容
单元一	产品项目团队如何搭建	1. 成熟产品项目团队角色介绍 2. 运营（企划）一定要跟设计在一起
单元二	项目团队配合逻辑	1. 以用户场景理念来做好产品的项目管理 2. 产品的生命周期管理及良性迭代 3. 敏捷开发该如何在产品中实施

### 课程系列五：训战模拟实战

系列五	实战训练营	内容
单元一	某政企类客户产品需求挖掘	根据老师给予的实战 PPT 模板下要求的条件，进行商业逻辑设计，用户体验 UIUE, 数字化产品的演练，演练后由学员讲解，老师和其他团队进行点评补充。（提前进行分组，由担当项目经理，对项目组中的各个工作环节，要求严格按照老师给予的项目工具进行演练）
单元二	某公司产品设计和运营	
单元三	某实业公司数字化转型设计和运营	
单元四	学员提供的产品构思	根据老师给予的实战 PPT 模板下要求的条件，由学员提供产品构思，演练后由学员讲解，老师和其他团队进行点评补充。（项目要求同上）
注：以上模拟训战的案例都是来自于实际工作，所以对于学员而言，完全可以通过模拟训战模式得到和真实实战相同的收获。		