

《金融产品创新，沟通》

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：1天(6小时)

课程背景：

随着互联网不断发展，互联网产品体验设计和优化以及社会化运营显得更加重要，这是一项灵活度很高的工作，而且在不同公司，针对不同产品，要做的事也有很大区别。如何掌握产品设计与优化最核心的技能，如何更好的满足不同客户需求，设计出更好的互联网产品。在众多企业的产品中心仍处于摸索时期。

- 读懂互联网金融产品
- 一个优秀的产品设计该具备怎样的知识结构？
- 如何做好产品的用户体验？用户体验的要素都包含什么？
- 如何做好产品的交互设计？
- 产品做好后如何管理产品周期并做好产品运营？
- 如何基于用户需求变化创新产品？

以上这些，成为决定一个优秀的产品团队和产品团队成长中应该关注的重点。

本课程亮点：

- 互联网的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，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，本课程从产品设计与运营的人员的素质，技能，知识储备，团队架构，工作流程，使用工具等多个唯独全面而详细的讲解了产品管理的方方面面，并有效结合案例进行了分析，课程落地性强，学员可以学以致用。

课程收益：

培训完后，学员能够：

- ◇ 了解互联网金融产品设计产生的背景
- ◇ 了解互联网金融产品定位、职责、素质、能力要求
- ◇ 理解金融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
- ◇ 掌握金融产品生命周期管理的基本方法和决策机制
- ◇ 掌握金融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	互联网金融产品	<ul style="list-style-type: none">❖ 什么是互联网金融产品❖ 当今时代金融客户需求变化❖ 当今时代竞争格局变化❖ 当今时代用户工具变化	本单元让学员快速的了解互联网金融产品背景
单元二	产品用户思维	<ul style="list-style-type: none">❖ 你准备提供的产品和服务，解决了什么需求？ 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 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）	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	产品规划及设计	❖ 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 案例：阿里内部产品设计，滴滴打车全体验设计。	了解并学习一个优秀的 UED 设计师如何做好体验及设计
单元四	用户沟通技巧	❖ 用户运营包含的内容：拉新，留存，促活 ❖ 用户沟通策略该如何实施 ❖ 移动互联网时代下的沟通思维	了解什么是用户运营和同，并掌握用户运营和沟通的策略方法
单元五	新金融的思考	1、什么是产业金融？ 2、物联网给大数据给金融，零售业及渠道等带来的变化分别是什么： 1) 什么是互联网金融，什么又是物联网金融，新金融给我们银行带来的机会是什么？	学习和了解怎样做好产品活动运营和内容运营

