
上汽通用-产品定制课程体系之

《企业级产品经理规划体系解析》

课程背景与目标

ToB 产品与 ToC 产品规划的底层方法论基本相同，但由于 ToB 产品业务属性等原因，产品的整个决策链及价值传递较长。同时 ToB 的解决方案并不仅仅是某款产品或者某个工具，它需要背后强大的服务支持，所以需要具备 B 端产品的全盘规划及实施能力。

本课程特此针对的上汽通用客户独家定制，针对 IT 部门学员，及对 B 端产品规划体系感兴趣的学员。通过对互联网 ToB 产品规划思路全体系方法论的学习理解，使学员能够快速了解 ToB 产品规划的核心本质。学后可快速运用到工作中，达到企业级产品专业快速提升之效果。

课程收益

- 产品经理的定义与价值
- ToB 端产品经理的核心能力模型
- ToB 端产品规划与思考路径
- ToB 端产品需求分析全过程
- 互联网产品设计实施方法

培训特色

通过对案例的剖析讲解，讲师十分生动且有趣的讲课风格，以及培训过程中的充分互动，使得学员的学习积极性大大提高，学员好评率高。

培训对象

对企业级产品规划体系感兴趣，想了解互联网 B 端产品经理工作体系的相关学员

学员基础

学员应具备互联网产品策划及运营基础、对于互联网大众主流产品的理解思考及意见

授课时长

共 2 天，12 小时。标准时间为 6 小时/天

课程大纲

课程概括	内容
ToB 产品核心价值解读	ToB 产品价值的本源是什么？

<p>(1.5 小时)</p>	<p>B 端产品服务的核心价值</p> <p>ToB 与 ToC 产品核心逻辑差别</p> <p>产品经理的核心能力 4 要素</p> <p>--1 用户视角</p> <p>--2 ToB 的场景化思维</p> <p>--3 理性分析</p> <p>--4 全盘考量</p> <p>B 端产品类型</p> <p>互动：各组准备并展示 B 端产品名称及定位</p>
<p>B 端产品规划路径解析</p> <p>(2.5 小时)</p>	<p>不理解业务背景会出现什么问题？</p> <p>ToB 产品设计全流程 SOP **重点讲授</p> <p>产品背景分析</p> <p>如何定义目标客群</p> <p>如何定义业务目标</p> <p>需求梳理+需求分析</p> <p>业务流程分析</p> <p>业务流程分析——跨职责流程图</p> <p>角色与使用场景分析</p> <p>如何获取客户需求</p>
<p>用户需求洞察要素与实施</p> <p>(2 小时)</p>	<p>开篇案例：全民 K 歌初级用户洞察及产品策略案例</p> <p>什么是用户需求洞察</p> <p>用户需求洞察的核心价值</p> <p>为什么人人都应该理解“用户需求”</p> <p>B 端/C 端用户需求洞察差异</p> <p>互联网产品生命周期与需求洞察的关系</p> <p>需求分析：发现与洞察</p> <p>如何洞察用户需求</p> <p>什么是用户痛点</p> <p>案例：职场白领用户痛点案例讲述</p> <p>洞察需求及分析核心公式</p> <p>业务无法洞察用户需求时怎么办</p> <p>用户需求洞察的来源渠道？</p> <p>自我思考</p> <p>用户调研、访谈</p> <p>调研的总体方法与拆解</p> <p>案例：QQ 群用户调研过程案例</p>

	<p>用户反馈</p> <p>案例：荔枝 FM 用户反馈结论案例</p> <p>竞品分析</p> <p>市场数据报告</p> <p>演练---各组产品梳出用户痛点及需求分析全过程</p>
<p>B 端需求分析过程解析</p> <p>(2.5 小时)</p>	<p>需求分析-确定需求来源</p> <p>B 端产品需求分析公式</p> <p>B 端需求分析思考路径</p> <p>业务分类、需求梳理方法</p> <p>如何梳理 B 端产品需求</p> <p>需求优先级评估方案方法</p> <p>完善用例</p> <p>B 端产品设计实施路径</p> <p>产品评审</p> <p>设计验证--DEMO 测试</p> <p>ToB 产品-商业价值沉淀</p> <p>Q&A</p>
<p>产品方案设计</p> <p>产品需求的实施过程</p> <p>用户体验要素</p> <p>(3.5 小时)</p>	<p>产品需求具体化过程概述</p> <p>产品流程图设计过程</p> <p>产品核心逻辑及架构搭建</p> <p>产品业务流程图绘制方法</p> <p>产品页面流程图绘制方法</p> <p>互动：各小组梳理详细的产品方案（包括产品逻辑、业务流程、页面流程）</p> <p>产品原型的三大要求</p> <p>产品交互流程图绘制原理</p> <p>高保真原型交互设计规范</p> <p>基于 Axure 的高保真原型设计</p> <p>产品流程与逻辑归纳整理(visio、xmind)</p> <p>产品需求文档 PRD 梳出方法</p> <p>PRD 的五大要求</p> <p>了解产品设计的背后逻辑</p> <p>产品层面</p> <p>交互层面</p> <p>视觉层面</p> <p>用户体验与设计 5 要素</p> <p>用户体验的 6 大原则</p>

王可新 企业数字化转型实施专家、前腾讯公司高级总监

毕业于加拿大阿尔伯塔大学--金融管理硕士，16年的互联网从业经历；10年腾讯互联网工作经验，6年企业及政府数字化转型实施经验。从业期间包括5年的企业产品战略规划及团队管理经验。对行业数字化转型的理解、行业产品战略的整体规划与转型实施方面有着自身的方法论及经验见解。



个人擅长领域：

- 1 政务端：政务数字化转型、智慧城市、产业转型类的规划与实施指导；
- 2 企业端：互联网在线视频行业、音乐行业、社交行业、内容资讯行业、
互联网电商行业、智能家居行业、物联网行业。

曾负责产品名称：

- 1 企业产品类：腾讯网、腾讯视频、QQ音乐、企鹅MV、QQ演出、全民K歌、
QQ电影票、腾讯订阅、腾讯读书/数字杂志……
- 2 数字化转型类：智能家居、智慧城市、智慧校园、智慧医疗、智慧水务、
智能美容、智慧酒店、企业开放平台构建、电商类 SAAS、
智慧停车、金融信贷工具、金融商业保理服务。

获得荣誉：

-
- 2020年-深圳清华大学研究院/力合商学院 特聘导师；
 - 2020年-前海结算商业保理有限公司资深项目顾问；
 - 2019年-互联网金融公司首席产品负责人；
 - 2018年-华为、腾讯、平安集团、运营商等公司认证合作导师；
 - 2018年-国内多所重点高等院校特聘讲师；
 - 2018年-负责金融类产品荣获深圳市保理协会会员单位创新奖；
 - 2018年-中国移动在线视频产品业务合作讲师；
 - 腾讯工作期间2次获得腾讯优秀员工大奖；3次获得重大业务突破奖、优秀项目奖等

咨询及培训经验：

华为、腾讯、中国联通、中国电信、中国移动、中国电建、顺丰科技、华润集团、同程旅游、卓望集团、深圳和而泰、福富软件、中国传媒大学、西安财经大学、深圳花样年集团、斗鱼、搜狐、慕思、上海数禾金融、中国南山集团、大数金融科技、视源电子科技、平安人寿、平安科技、平安医保、平安财险、平安产险、平安租赁、平安银行、泰隆银行、阳光保险、大地保险、泛华保险平台、招商银行、招商证券、宁波银行、苏州银行、中国工商银行、广发银行、虎链金融、上海证券交易所、PPmoney 万惠集团、远光软件集团、斯凯网络科技集团、上海翎医科技、传音控股、中科星图、用友软件、税友集团……
