

小米超级用户思维

第一课：用户思维的底层逻辑——用户任务

1. 什么是用户任务——增长原力觉醒

1.1 破解增长黑箱，洞见增长背后的秘密

1.2 如何洞察增长的原力——工具方法框架

爆发式增长案例：熊猫不走蛋糕如何2年实现从0到年销2亿

2. 以用户任务为中心的创新增长逻辑

爆发式增长案例：少儿美术培训机构如何从无人问津到客户暴增

爆发式增长案例：问世即爆红的海尔T3嫩烤箱

第二课：小米极致用户思维的落地应用

第一节：以用户思维为中心的顶层设计

1. 基于用户思维的顶层设计

2. 基于用户思维的三大经营原则

第二节：精产品——以用户为中心的逆向打造产品之道

1.1 80%80%原则——小米打造产品的定海神针

1.2 单品突破——少精爆

1.3 极致性能——价值登顶

1.4 升维产品——升维思考降维打击

案例：小米手环

案例：米家电饭煲

案例：小米移动电源

第三节：尖设计——以用户为中心的设计最优解

1. 三本主义——用户·美学·场景

2. 360度极简——五大极简原因，一个极简铁律

3. 出位式极简——给设计一点维生素

第四节：超品质——竞品品质的顶点，小米品质的起点

1. 死磕细节——把自己逼疯，把供应链逼疯

2. 真材实料——挑战极致性价比

3.炼狱式内测——让有产品洁癖的人吐槽

4.魔鬼品控——杀鸡用青龙偃月刀

案例：小米插线板案例——再减掉 2 毫米

案例：小米移动电源案例——否决 2 万个样品

案例：小米手环——把食品级塑料用在手环上

案例：1MORE 耳机——使用 10 万元级音箱用振膜材质