

业务需求分析师

课程名称：	业务需求分析师
课程大纲：	<ul style="list-style-type: none">一. 知识概念<ul style="list-style-type: none">1. 银行业务知识分类2. 产品分类：用户端（前台）、后台、中台、中间件、内部工具、SAAS、平台、系统3. 客户分类：2C、2B、2G、2B2C4. 产品形态：APP、小程序、PC网页、移动端网页、VR5. 业务逻辑解耦：数据、引擎、算法、场景业务6. 数据化指导工作：埋点、漏斗、页面热点、宏观数据解读7. 产品研发周期管理：立项、策划、开发、测试、内测、上线、运营二. 需求文档撰写<ul style="list-style-type: none">1. 用户分析2. 场景分析

3. 竞品和市场分析、 SWOT分析
4. 资源分析
5. 商业 / 体验目标
6. 业务流程
7. 页面结构脑图
8. 数据字段定义
9. 功能描述
10. 原型图
11. 逻辑可视化：流程图、泳道图、时序图
12. 测试用例

三. 业务需求管理流程

1. 需求接收
2. 需求根本来源分析
3. 需求转化方案
4. 需求评审
5. 需求方案定版

6. 需求完成后验收和复盘

四. 需求管理

1. 需求来源：来自异常数据、来自投诉、来自事故、来自痒点、来自建议、来自环境变化、来自新技术、来自新人群、来自竞品、来自政策

2. 需求挖掘：场景细化、目标了解

3. 需求辨别：需求真伪、需求普适性、需求严重性、需求根源、数据支撑

4. 需求分类：商务规则、服务模式、产品技术

5. 需求引导：拒绝需求、转移需求、接受需求、拖延需求

6. 需求流转管理：背景记录充分、类别定位、不添油加醋、工单跟踪、排期方法、不忘初心、有始有终

五. 需求引导研发

1. 需求理解：全景理解、经手人访谈、用户访谈、数据化验证、用户细分、绘制场景、路径拆解

2. 需求优先级：效益分析、成本分析、风险分析、博弈推演

3. 需求解决：找性价比最优法

4. 工单管理：软件技巧、绩效保障、周期会议、领导重视
5. 竞争策略：时空策略、围魏救赵、舆情引导、把握稀缺
6. 产品生命周期管理：萌芽期、高速发展期、顶峰期、下滑期
7. 向上管理：要资源、要重视、要预期
8. 平级管理：技术、设计、测试、法务、财务、营销、运营、内容
9. 向下管理：分解、合作、赛马
10. 外部管理：用户、客户、供应商、媒体

六. 市场洞察

1. 洞察框架：产业链、供需连、4P、4C、精益创业画布
2. 分析方法：PEST、SWOT、点线面、象限法、层级图、辩证法
3. 竞品分析：多维度拆解、第一性原理分析
4. 商业洞察：经济学、金融学、行为经济学、产业链思维
5. 社会洞察：社会学、人类学、心理学、组织行为学
6. IT行业发展洞察：摩尔定律、AI奇点、区块链

注：培训中讲师会根据学员的情况进行适当的调整。

一、 讲师介绍

卢森煌 Lucas



- 毕业于北京邮电大学
- 曾任职于阿里巴巴。
- 前啊喔科技 CEO，18 个月完成 3 轮融资，上过 CCTV2。
- 互联网营销服务公司“好个科技”创始人，提供短视频涨粉、AI 无人直播解决方案。
- 创业故事被央视 CCTV2、北京日报、深圳卫视、浙江日报等报道过。
- 孵化过 30 个账号，单条百万播放视频过 100 条，策划多个传播量过亿的互联网营销案例，操盘互联网渠道销售金额累计 10 亿。
- 著作 2 本，均机械工业出版社出版，国家图书馆收录。
- 三节课导师，量子教育导师，起点学院导师、逆行求职导师、爱思益导师、圣商商学院讲师、实践家总裁班讲师。
- 持有软著 25 个，专利 3 个。

老师经历：创始人视角、500 强背景、60 家客户服务经验

一、职业经历

1. 任职于阿里巴巴

2. 啊喔科技 CEO，获得俞敏洪和联想的 300 万天使轮投资，后被并购在母公司任互联网总经理，母公司 18 个月完成 3 轮融资
3. 互联网营销服务公司“好个科技”创始人，服务 60 家上市企业和央企：联想集团、集友股份、山东省体育局、优学派、北大荒、欢乐口腔、康恩贝、阿克塞文旅集团
4. 2023 年服务多家养老机构短视频涨粉，是快手涨粉最快的养老号，获得快手公益讲师身份（目前仅 6 人），通过 AI 无人直播带货帮助多家养老院 2 个月入住率达到 95%。

二、 历史授课

客户	课题
有赞	2B 市场推广策略
大唐电信	大客户市场营销技能提升
起点学院	电商产品的增长黑客策略
中国联通	产品经理需求管理方法
中国电信	产品经理 2B 技能素养提升
江苏工信厅	品牌自媒体账号如何打造
快手	短视频涨粉和直播带货