

《学培产品创新设计与商业化打造》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在知识经济时代，学习培训市场呈现出蓬勃发展的态势，尤其是随着各行业对人才素质要求的不断提高，学培产品的需求日益增长且趋于多元化。数字传媒有限公司行业拓展部肩负着开拓新业务领域、创新学培产品以满足市场需求并实现商业化成功的重任。

当前，市场上学培产品种类繁多，但真正具有高商业价值且能精准满足特定行业需求的产品仍相对匮乏。特别是在金融行业，随着金融科技快速发展、监管政策的不断变化以及行业竞争的加剧，对金融行业阅读、学习、培训产品的创新性和实用性提出了更高要求。

数字传媒要在学培市场中脱颖而出，就需要深入了解行业前沿趋势，创新设计出具有独特价值的学培产品，并成功实现商业化。然而，行业拓展部在产品创新与商业化过程中可能面临诸多挑战，如对市场需求的把握不够精准、创新思路受限、商业化模式不清晰等。因此，开展本次培训对于提升团队专业能力、推动学培产品业务发展具有重要意义。

【课程收益】

1、掌握高价值学培产品打造方法：深入理解高价值商业化学培通产品的核心要素，学会从市场需求出发，设计出具有创新性、实用性和高商业价值的学培通产品。

2、洞察金融行业学培趋势：精准把握金融行业阅读、学习、培训产品的前沿发展趋势，为产品创新提供方向指引。

3、提升创新设计能力：学习金融行业学培产品的创新设计方法与技巧，能够结合行业特点，打造出差异化、竞争力强的学培产品。

4、明晰商业化路径：掌握学培产品商业化的多种模式和策略，学会制定有效的商业化方案，提高产品的市场盈利能力。

5、增强团队协作与决策能力：通过案例分析和互动讨论，加强行业拓展部成员之间的沟通协作，提升在产品创新与商业化决策过程中的协同能力。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话

【课程对象】

数字传媒有限公司行业拓展部的产品经理、市场分析师、业务拓展专员、项目策划人员等。

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、上午 9:00 - 10:30：高价值商业化学培通产品打造基础

1、学培市场分析与需求洞察（30分钟）

(1) 剖析学培市场的整体规模、增长趋势以及细分领域的发展情况。

(2) 讲解如何通过市场调研、数据分析、用户反馈等方法洞察用户对学培产品的需求，包括知识技能提升需求、学习体验需求、价格敏感度等。

成功案例分析：网易云课堂通过大数据分析用户搜索关键词、课程浏览记录以及购买行为等数据，精准把握用户对职业技能培训课程的需求，推出一系列热门课程，如数据分析课程，满足了市场对数据分析人才培养的需求，取得了良好的商业效益。

2、高价值学培通产品的核心要素（60分钟）

(1) 内容价值：强调优质、实用、系统的内容是学培通产品的基础，分析如何根据

目标用户群体和市场需求设计有深度、有针对性的内容体系。

成功案例分析：得到 APP 的《薛兆丰的经济学课》，邀请知名经济学家打造专业且通俗易懂的经济学课程内容，帮助大量非专业用户系统学习经济学知识，凭借内容价值吸引了众多用户订阅，创造了高额营收。

优点：树立专业形象，吸引对知识质量有高要求的用户，用户忠诚度较高。

缺点：内容创作成本高，需要专业领域的专家支持，更新速度可能较慢。

(2) 学习体验：讲解如何从界面设计、学习路径规划、互动功能设置等方面提升用户的学习体验，使学习过程更便捷、有趣、高效。

成功案例分析：多邻国 (Duolingo) 语言学习 APP 以简洁友好的界面设计、游戏化的学习方式以及个性化的学习路径规划，为用户带来良好的学习体验，在全球范围内积累了大量用户，成为语言学习类 APP 的佼佼者。

优点：提高用户参与度和留存率，有利于产品口碑传播。

缺点：设计和开发成本较高，需要不断根据用户反馈优化调整。

(3) 商业可持续性：分析学培通产品的定价策略、盈利模式（如订阅制、付费课程、广告收入等）以及成本控制方法，确保产品具有良好的商业可持续性。

成功案例分析：腾讯课堂采用多样化的盈利模式，对于部分热门课程采用付费购买模式，同时为入驻机构提供广告推广服务获取收入。通过合理定价和成本控制，实现了平台的商业可持续发展。

优点：多元化盈利渠道增加收入来源，降低单一盈利模式风险。

缺点：多种盈利模式需要平衡，否则可能影响用户体验。

10:30 - 10:45 休息

二、上午 10:45 - 12:00：高价值商业化学培通产品设计实践

1、产品定位与目标设定 (30 分钟)

(1) 讲解如何根据市场分析和需求洞察结果，确定学培通产品的定位，包括目标用户群体、产品特点、市场竞争优势等。

(2) 分析如何制定明确、可衡量、可实现、相关联、有时限 (SMART) 的产品目标，如用户增长目标、营收目标等。

成功案例分析：作业帮针对 K12 阶段学生和家長群体，将产品定位为一站式学习辅导平台，以帮助学生提高学习成绩为目标，通过提供拍照搜题、在线课程、作业批改等功能，迅速在教育市场占据一席之地。

2、课程体系与内容架构设计 (30 分钟)

(1) 介绍如何构建系统、连贯且符合学习规律的课程体系，包括课程模块划分、课程难度递进、知识点衔接等。

(2) 讲解内容架构设计的方法，如采用故事化、案例化、问题导向等方式呈现内容，提高内容的吸引力和实用性。

成功案例分析：中国大学 MOOC 平台上的《电路原理》课程，以由浅入深的课程体系和丰富的实际案例讲解电路知识，帮助众多高校学生和自学爱好者掌握专业知识，课程好评率高，成为平台优质课程典范。

3、产品功能与用户体验设计 (30 分钟)

(1) 探讨学培通产品应具备的核心功能，如学习进度跟踪、在线测试、互动交流等，并分析如何根据产品定位和用户需求进行功能优先级排序。

(2) 讲解用户体验设计原则和方法，如界面简洁性、操作便捷性、视觉舒适性等，以及如何通过用户测试不断优化产品功能和体验。

成功案例分析：扇贝单词 APP 通过简洁直观的界面设计，突出单词学习和记忆功能，

同时提供学习打卡、好友 PK 等互动功能，提升用户学习积极性和参与度，在英语学习类 APP 中拥有较高的用户满意度。

12:00 - 14:00 午休

三、下午 14:00 - 15:30 : 金融行业阅读、学习、培训产品前沿趋势

1、金融科技驱动的学习变革 (30 分钟)

(1) 分析金融科技 (如人工智能、区块链、大数据等) 在金融行业学习培训中的应用现状和未来趋势。

(2) 讲解如何利用金融科技实现个性化学习、智能辅导、虚拟实践等创新学习模式。

成功案例分析：平安金融培训学院利用人工智能技术为学员提供个性化学习路径规划，根据学员的学习进度、知识掌握情况和职业发展目标，智能推荐适合的课程和学习资源，大大提高了培训效果和学员满意度。

2、行业合规与风险管理培训需求增长 (30 分钟)

(1) 解读金融行业监管政策的变化趋势以及对金融从业人员合规与风险管理培训的新要求。

(2) 分析如何设计符合行业合规要求且具有前瞻性的学培产品，帮助金融从业者提升合规意识和风险管理能力。

成功案例分析：普华永道推出的金融合规培训课程，紧密跟踪国际国内金融监管政策变化，为金融机构提供定制化的合规培训解决方案，帮助客户满足监管要求，降低合规风险，赢得了良好的市场口碑。

3、数字化阅读与移动学习的融合发展 (30 分钟)

(1) 探讨金融行业数字化阅读的发展趋势，以及如何将数字化阅读与移动学习相结合，满足金融从业者碎片化学习需求。

(2) 分析如何设计具有互动性、趣味性的数字化阅读学习内容，如交互式电子书、短视频课程等。

成功案例分析：中信出版社推出的金融类数字化阅读产品，结合短视频讲解、案例互动分析等功能，使金融从业者能够在碎片化时间内通过手机进行高效学习，受到市场欢迎，实现了数字化阅读与移动学习的有效融合。

15:30 - 15:45 休息

四、下午 15:45 - 17:15 : 金融行业学培产品创新设计

1、创新学习模式设计 (30 分钟)

(1) 介绍基于项目式学习、情景模拟学习、协作学习等创新学习模式在金融行业学培产品中的应用方法。

(2) 分析如何根据金融业务场景和学习目标，设计具有针对性的创新学习模式，提高学员的实践能力和解决问题的能力。

成功案例分析：蚂蚁金服的金融科技培训课程采用项目式学习模式，让学员在模拟的金融科技项目中实践操作，从需求分析、产品设计到技术实现，全面提升学员在金融科技领域的实际操作能力，该课程受到行业内广泛认可。

2、跨领域融合的产品创新 (30 分钟)

(1) 探讨金融行业与其他领域 (如心理学、管理学、法学等) 融合的趋势，以及如何设计跨领域融合的学培产品。

(2) 分析跨领域融合产品如何满足金融从业者多元化的知识需求，提升其综合素养和竞争力。

成功案例分析：复旦大学管理学院推出的金融与管理融合课程，将金融知识与企业管

理理念相结合，培养既懂金融又具备管理能力的复合型人才，受到金融机构和企业的高度关注，为学员职业发展提供了更广阔的空间。

3、数据驱动的产品优化 (30 分钟)

(1) 讲解如何收集、分析学培产品使用过程中的数据（如学习行为数据、用户反馈数据等），以了解学员学习情况和产品使用体验。

(2) 分析如何根据数据分析结果优化产品内容、功能和服务，提高产品质量和用户满意度。

成功案例分析：字节跳动旗下的大力教育通过对旗下学培产品的用户学习行为数据进行深度分析，发现部分课程的学习完成率较低，经分析是课程难度设置不合理。随后对课程内容进行调整，优化难度梯度，课程学习完成率得到显著提高，用户满意度也随之提升。

五、17:15 - 18:00 总结与答疑

1、课程总结 (30 分钟)

(1) 回顾全天课程内容，重点梳理高价值商业化学培通产品打造要点、金融行业学培产品前沿趋势以及创新设计方法。

(2) 强调理论与实践结合，鼓励学员将所学知识应用到实际工作中，推动数字传媒学培产品创新与商业化发展。

2、答疑交流 (15 分钟)

(1) 解答学员在课程学习过程中遇到的问题，包括产品设计、趋势把握、商业化策略等方面。

(2) 收集学员对课程的反馈和建议，以便进一步优化培训内容和方式。