

我的 产品观

neverwang
2019年7月



- 空间应用中心
- 智能推荐
- 网络小说
- 换机助手
- 应用宝搜索
- 应用分发平台
- 小红花
- 立知
- AppBot
- 内容搜索 先锋版
- 酱油
- 微视增长
- TBC.

个人简介



公司行家-产品类话题-咨询量第一人

hangjia.oa.com



众包《产品前线》开篇文，销量破万，Amazon相关榜单
Top10

豆瓣读书搜“产品前线”，免费读该文章



“产品犬校”核心输出者

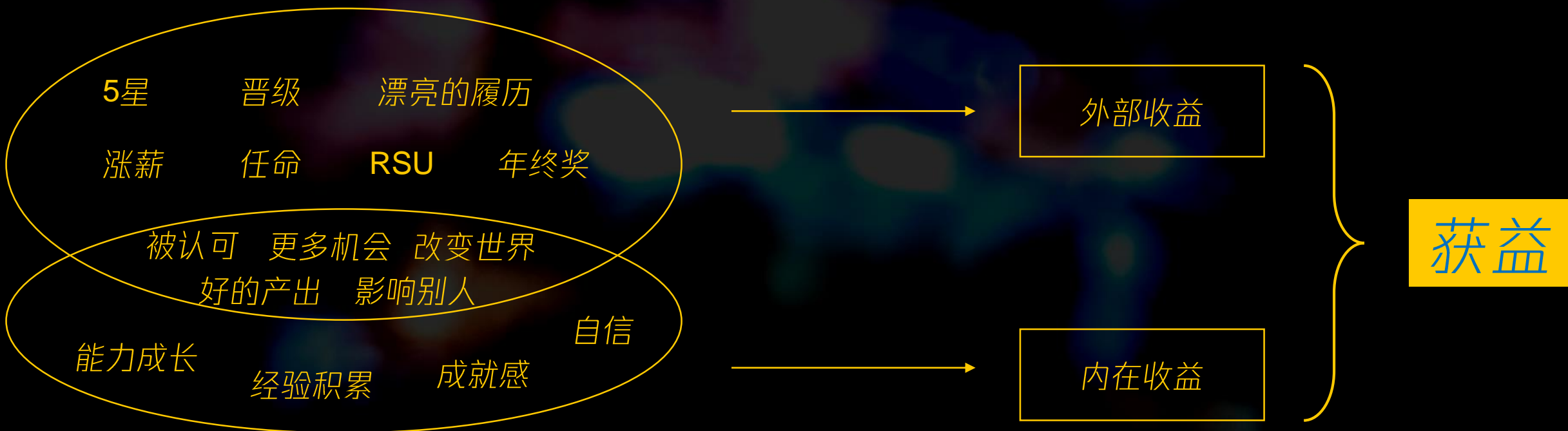
百度/简书搜索：犬校



你为什么来听我的分享？

1. 借鉴以更明确自己的PDM职业发展目标

2. 了解如何达到自己的目标？



什么样的人获益更多？

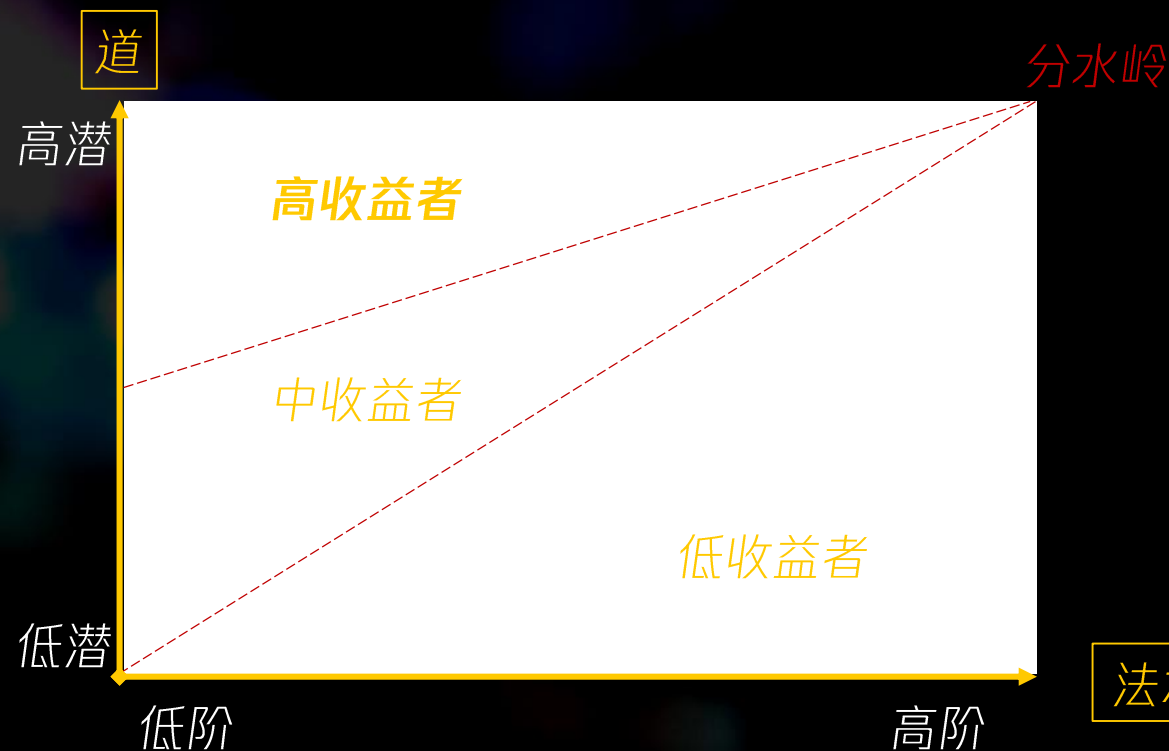
1. 高阶产品经理 > 初阶产品经理

2. 高潜力产品经理 > 低潜力产品经理

草和树



小树和大树



俞军谈产品经理的培养

道
法
术
器

产品经理的价值、天赋、能力、成长及未来

什么是好的产品经理？

明白所有的道理，依然过不好这一生？

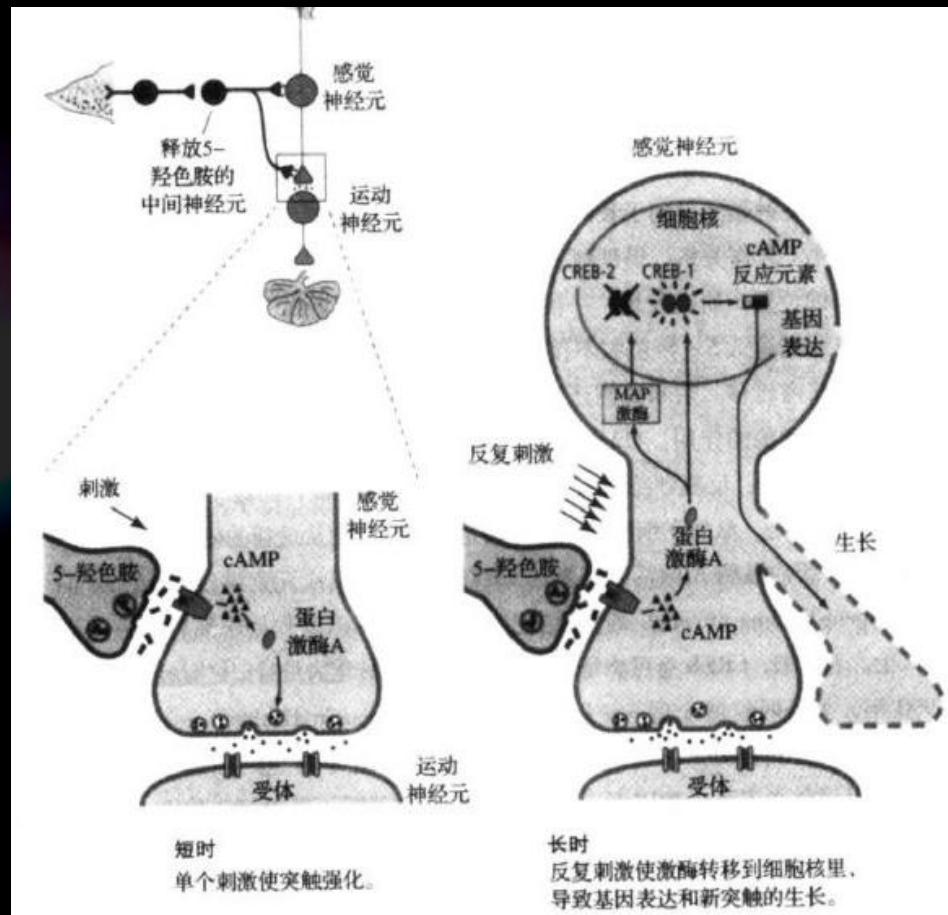
β 收益

A 逻辑
视野
同理心
自我否定

超额
历练

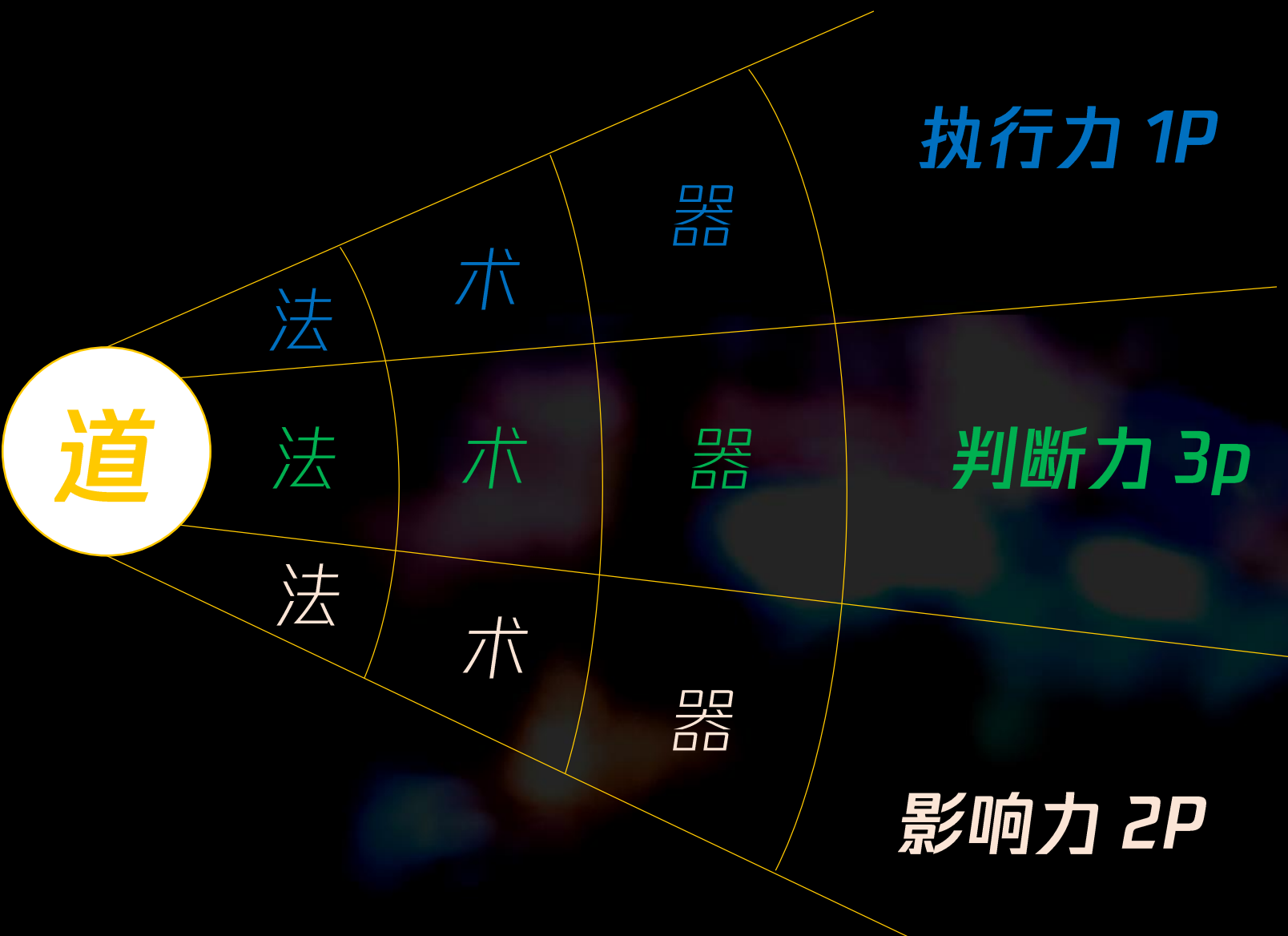
B 有逻辑

C 逻辑/性格缺陷



《追寻记忆的痕迹》

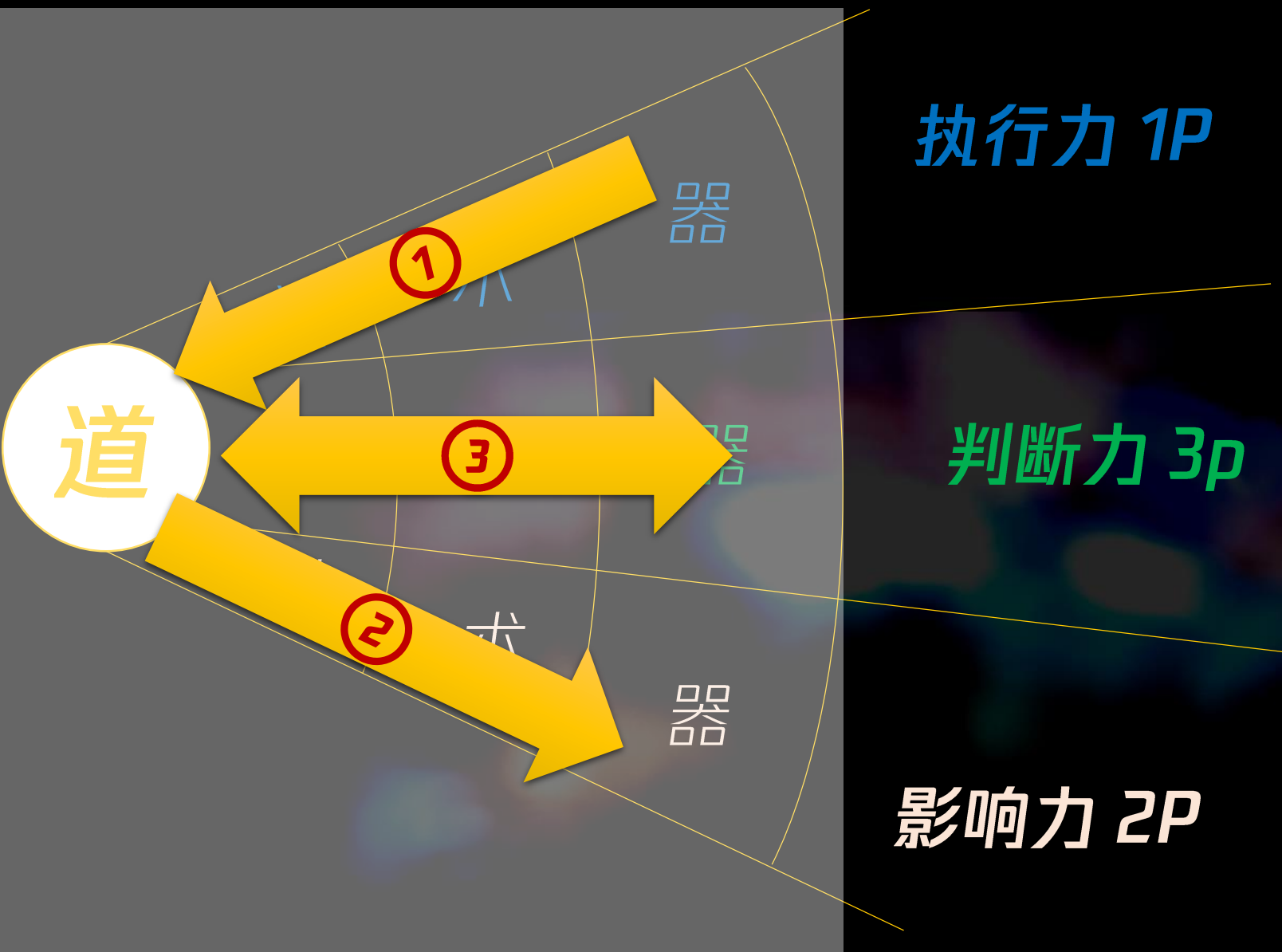
需要提升哪些方面从而获益?



聪明人的小马过河问题——关于选择

- 我的时间很宝贵，更应该先提升哪些方面？
- 做这件事对我有什么价值？
- 这个环境是不是不适合我，我是不是该换一个？

关于自我提升的3条路径



执行力 1P

判断力 3P

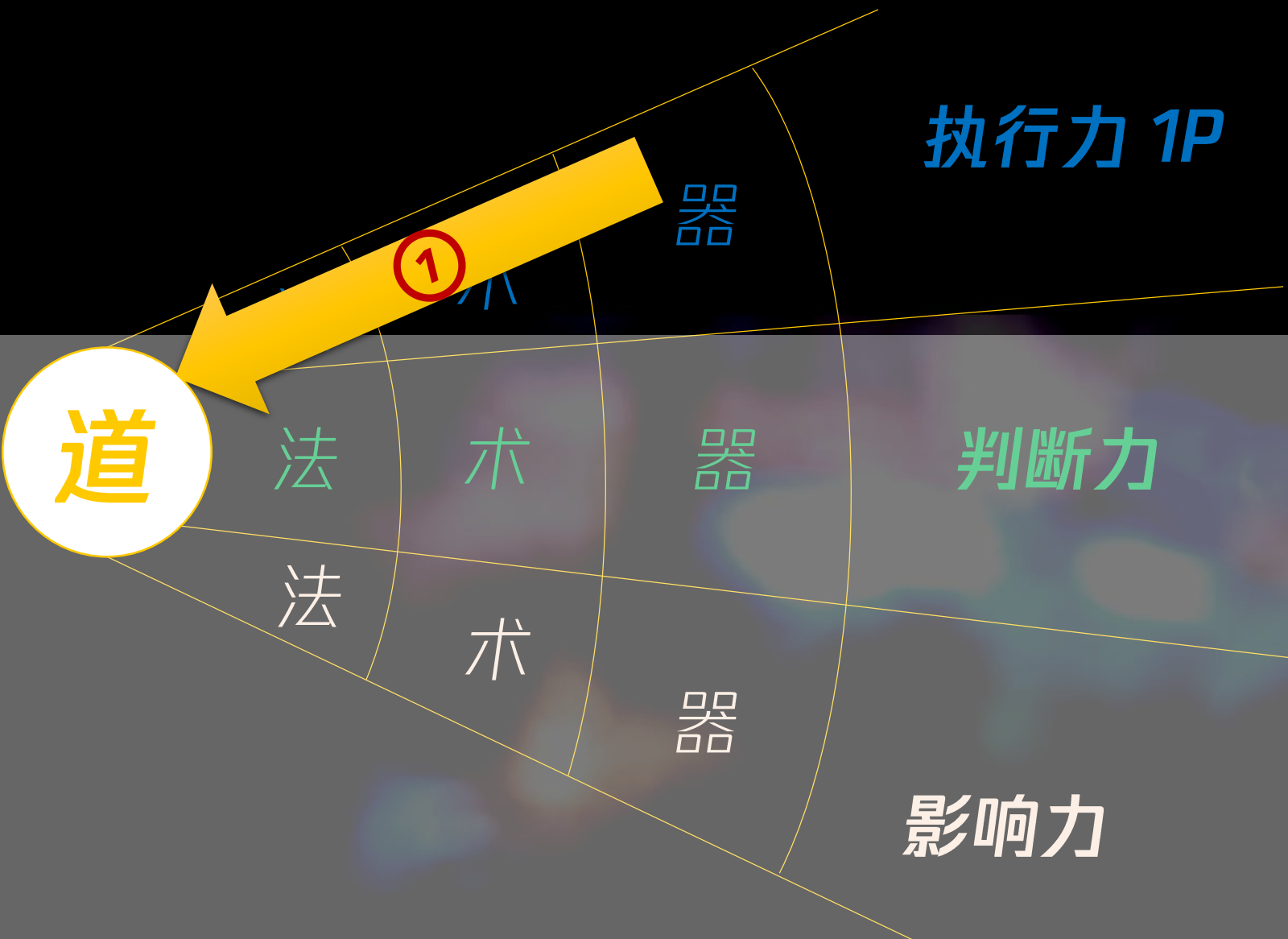
影响力 2P

①一切从**执行**开始

②没有**影响**的一切行为 = 0

③构建自己的**方法论**

一切从执行开始



①一切从**执行**开始

②没有影响的一切行为 = 0

③构建自己的方法论

一切从执行开始

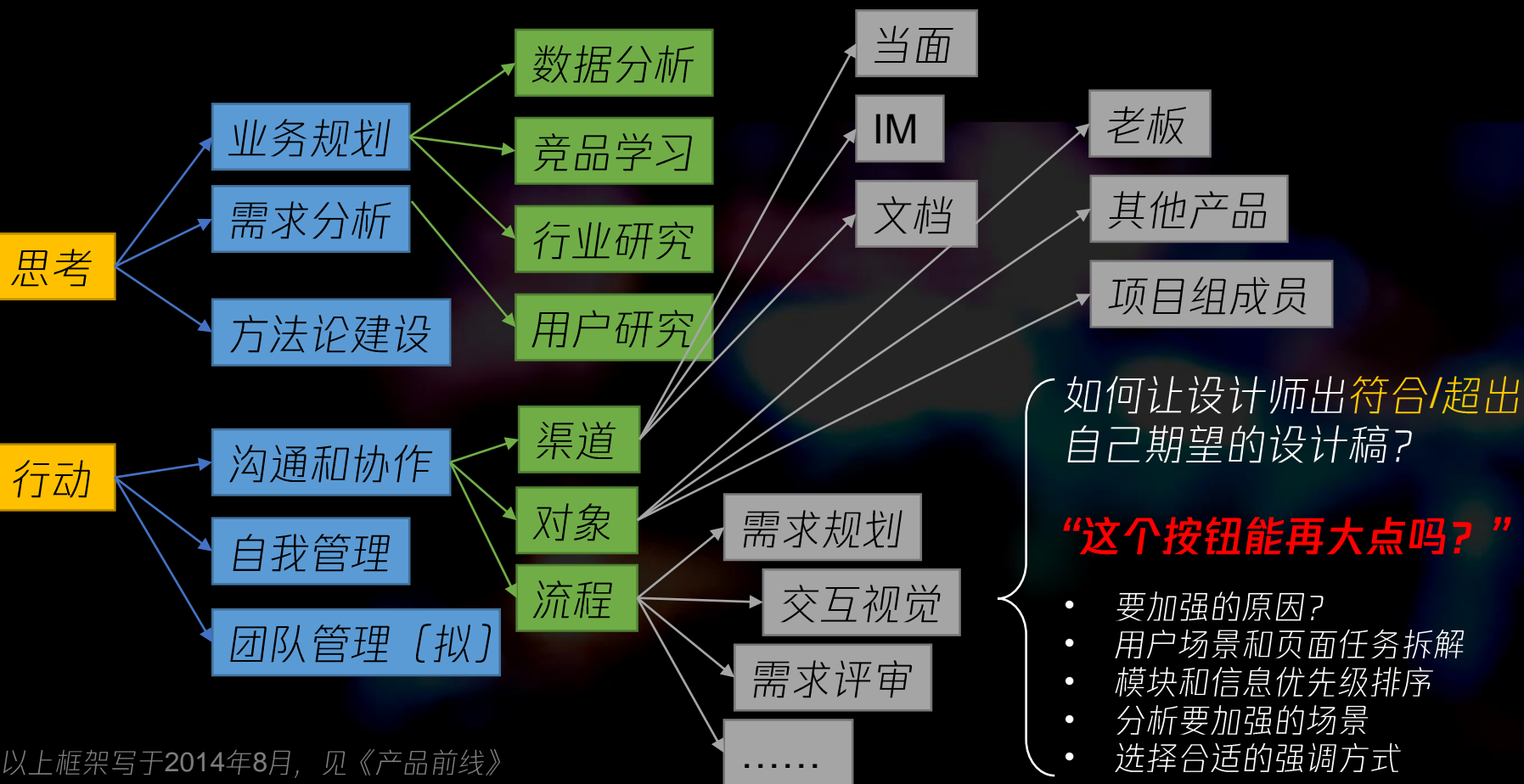
构建自己的工作手册

道

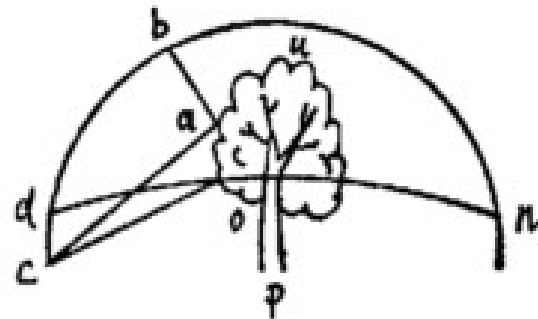
- ✓ 精进
- ✓ 细节
- ✓ 积累

法器

- ✓ 做什么、为什么、怎么做
- ✓ 5W1H
- ✓ 任务拆解, To Do List



扩展阅读



达芬奇画树 摘自《达芬奇论绘画》

毛主席《寻乌调查》

Q-learning《风物长宜放眼量》

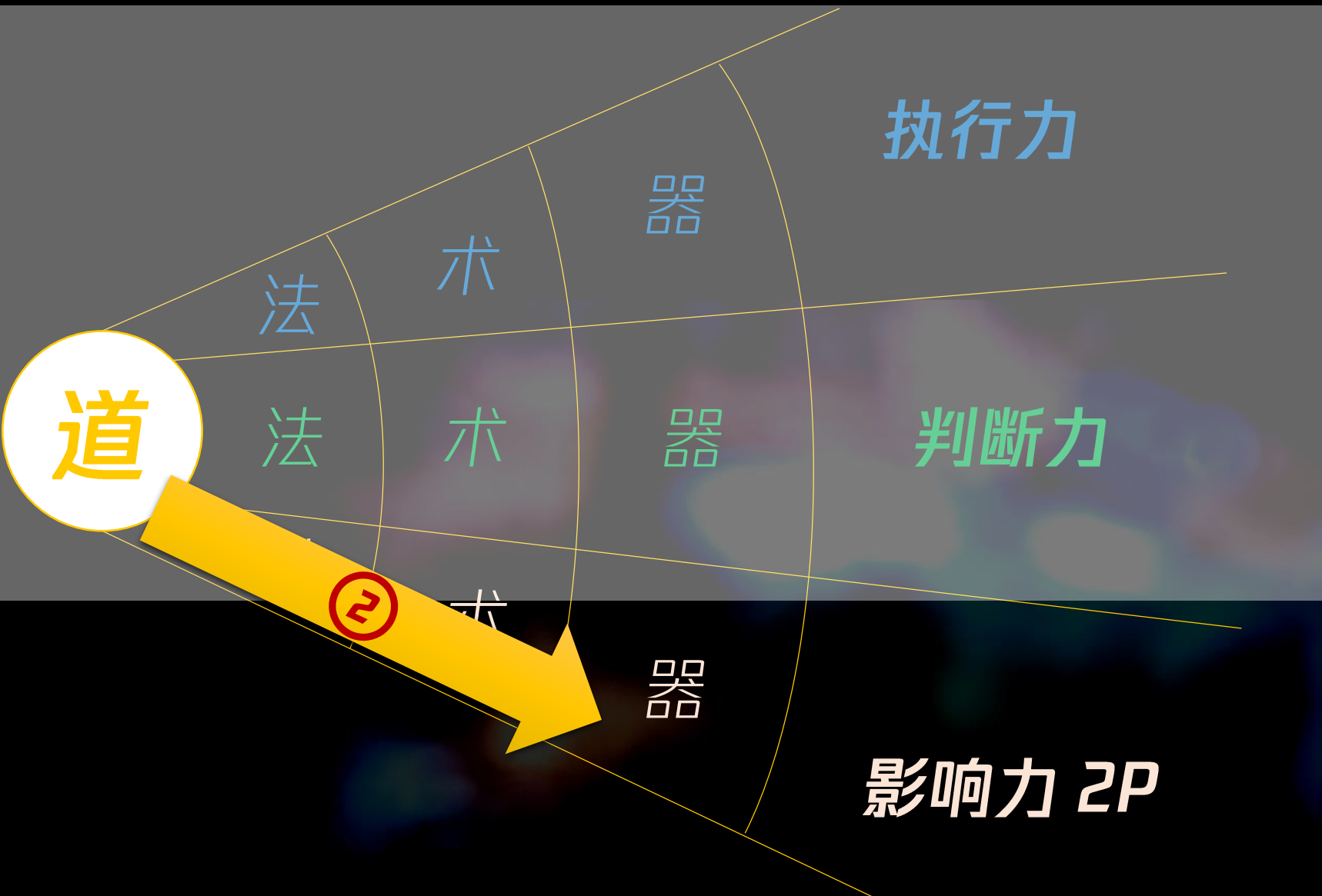
Q-learning《问题的分析与解决》

Q-learning《五星级沟通》

Q-learning《创新思维与实践》

cathyzhong《产品经理高效执行力》

没有影响的一切行为 = 0



①一切从执行开始

②没有影响的一切行为 = 0

③构建自己的方法论

没有影响的一切行为 = 0

道

影响 = 结果
意愿or能力问题

一类最常见的问题

为什么我拿不了5星?

这事我已经做得很好了还是得不到认可?

我是项目里付出最多的人, 项目失败了, 都怪XXX

我的下属离开是因为太浮躁、抗压能力不行、老板定的KPI太高……

扩展: INTJ的误区



“我”对结果无能

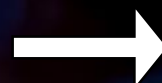


训练自己心态的3个问题

你家里着火了, 救火车被一辆乱停车的车堵住路进不来, 怎么办?

你的孩子发烧了, 家里没药, 社康医院关门了, 怎么办?

合作者很差, 你可能会被害死, 怎么办?



对结果痛不痛?

觉得自己很好, 但却得不到想要, 每晚睡前看看右边



· 这个世界只关心你能给予什么

· 人们有需求, 人们会认可能够满足他们需求的人

· 你所做的事情不一定要换成钱, 但一定要对别人有价值

· 你恨自己是因为你无所作为

· 你的内在只有通过所做的事情才能表现出来

· 人的内心其实一直在拒斥进步

扩展阅读



提升影响力的关键是？

道

构建自己的正反馈循环

自己向环境输入什么，可以获得什么样的输出？

常规答案

法器

亲和 信服 权威

乐观 关心 自信

真诚 奉献

方法本身不关键，关键是能使自己养成方法的方法

做事

环境

输入

环境具体是什么，什么东西，什么人？

上级、下级、平级，竞争关系者、合作关系者、隐含的上级、上级的上级、上级的上级的上级.....

激励

输出

自己想要什么？

金钱、权力、能力成长、成就感、品牌背书、经验积累、甚至是强迫症的整理快感.....

反馈

环境能给自己什么？

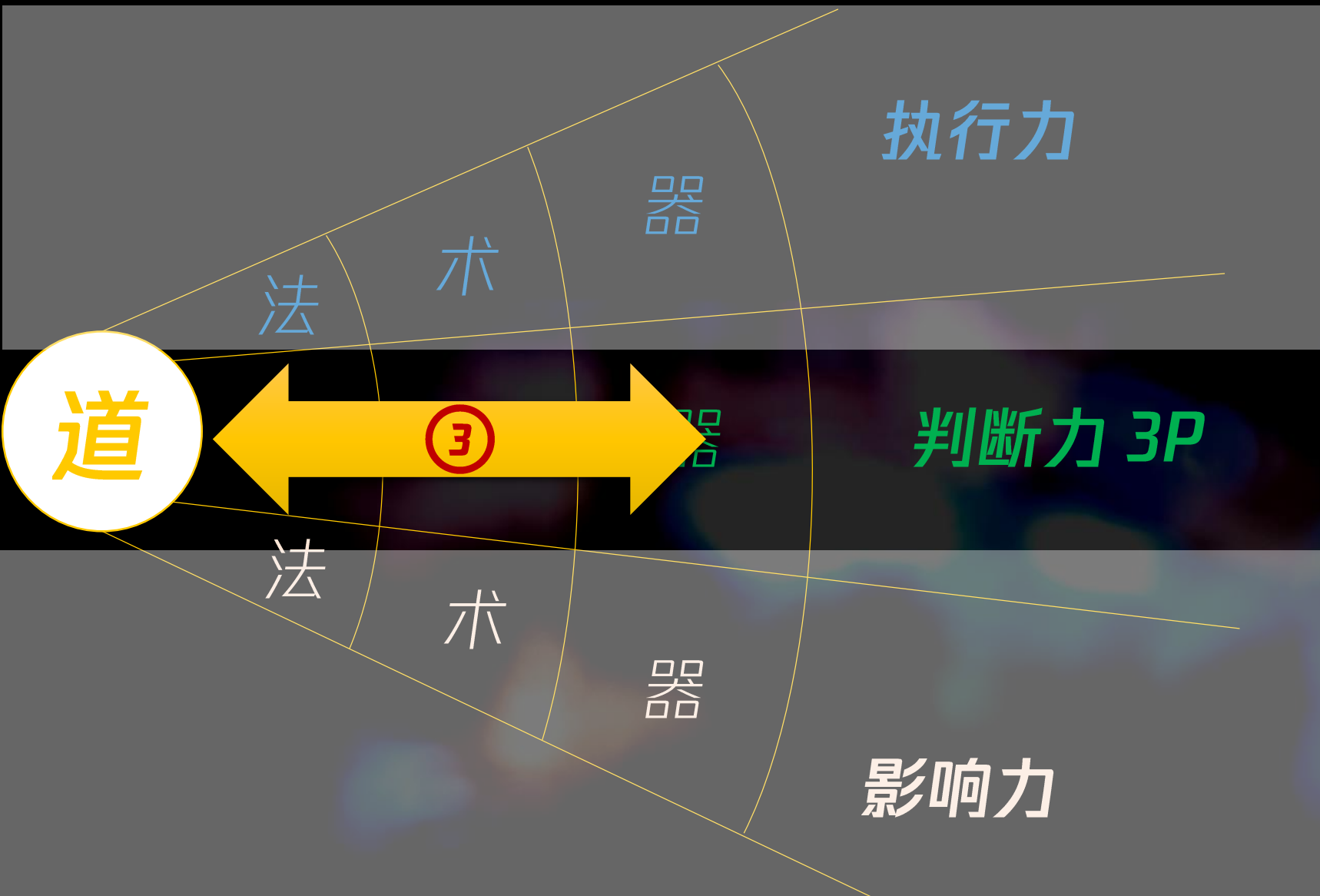
自己想要的东西，跟环境输出的关系是什么？

想要升职加薪，不是一两天就能看到结果的，但是会有一些信号能让人进行预判。

扩展：《思考、快与慢》
行为评估表

人的本质：因跟环境做交换而存在。

构建自己的方法论



①一切从执行开始

②没有影响的一切行为 = 0

③构建自己的方法论

构建自己的方法论

法

构建方法论的本质是完善约束
构建过程的核心是收集和解读信息

什么是方法论？举一个例子

什么样的朋友是益友？ —————> 友直、友谅、友多闻

.....
什么样算是直，具体情景下该怎么表现？

问题

方法论

大量约束条件 = 能实操的方法

一切的核心是信息量

所以，构建自身方法论的一般步骤

提出问题

匹配

套用方法论

完善

约束条件

这个新特性用户会不会用？
用户为什么更喜欢用竞品？
短视频为什么会崛起？
.....

用户价值 = [新体验 - 旧体验] - 换用成本

扩展：俞军自己的反思

什么是价值？产品经理常见的工作是：创造用户价值。那么，什么是价值？什么是用户价值？价值是怎么创造的？怎么失去的？

对约束条件的完善度 = 对方法论的掌握程度

什么样的体验是更好？
有哪些换用成本？
新体验超过旧体验多少才足以撬动
.....

方法示意——规划：目标拆解

针对90%的工作——已有场景优化

确定目标



确定目标对应的核心指标



确定核心指标的拆解模型，比如拆漏斗



确定拆解模型中关键数据的理论值



分析实际值和理论值的gap原因



针对假设提出可能的改进方案并实验

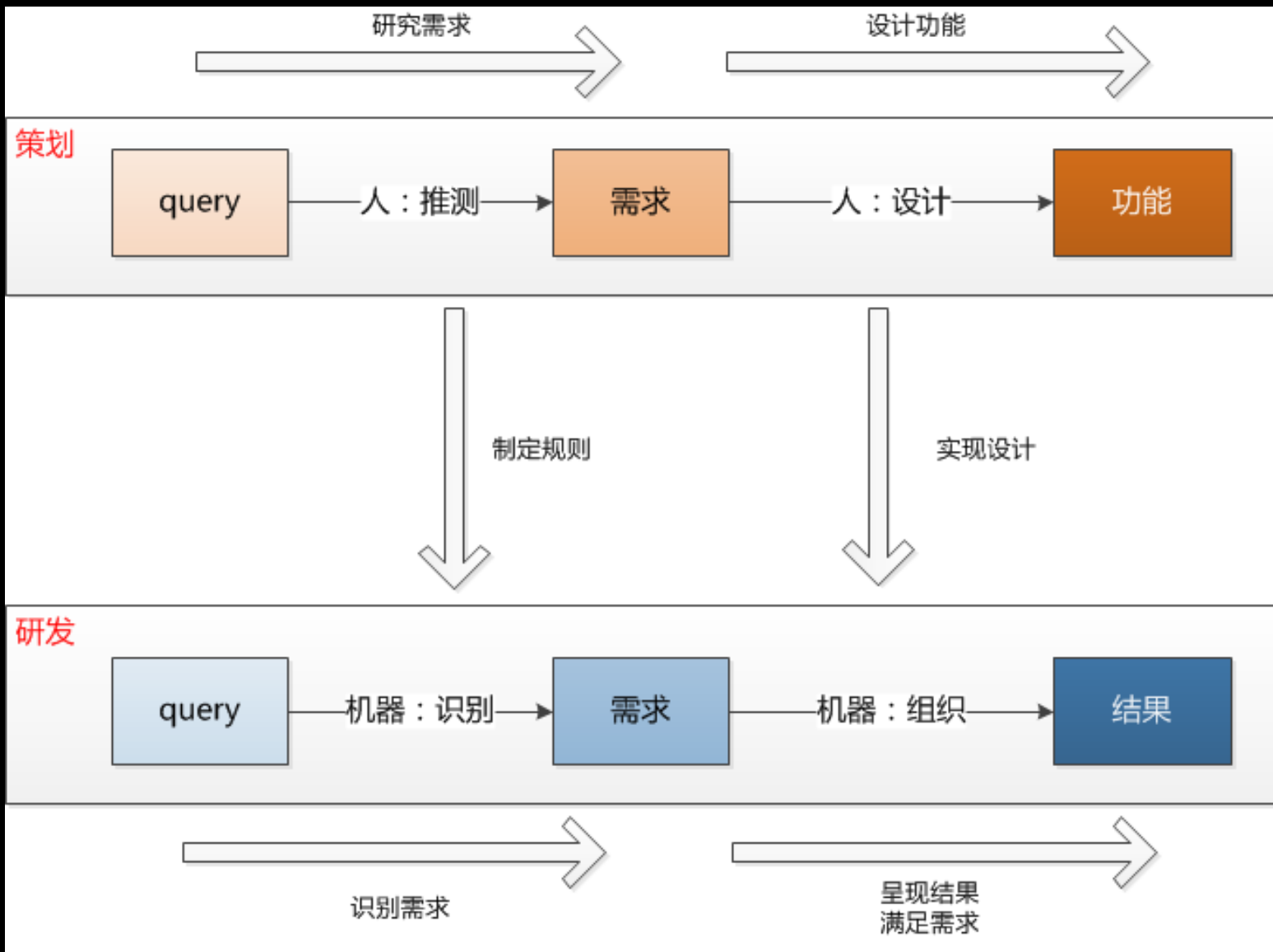


回收数据并复盘，为有效的改进方向增加更多改进点



方法示意——实现：从需求到方案

不光想清楚
还得做到位



小Tips1——灵活实现

具体识别并满足需求的手段。可以是纯算法，可以是CMS管理端灵活更新，甚至也可以是写死在代码中的人工规则。法无定势，取决于成本和时机。

小Tips2——产品实战墨菲定律

如果你想把一件事做成，任何一个环节缺失或者错误，都可能导致失败。

如果你想把一件事做成，那必须**所有环节都是你明确了解逻辑**的，一旦环节中有黑盒，就可能出现问題。

以下有部分删减



酱油

给游戏加点料

厌倦了千篇一律的游戏推荐？

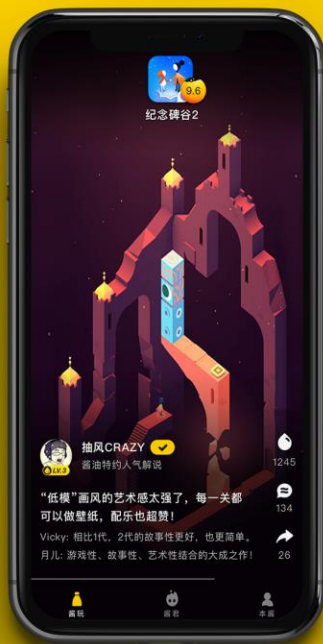
60S短视频带你看出新花样



视频

超丰富的游戏视频

一款游戏是不是你的菜，看看视频就一目了然



UP主

超有趣的游戏UP主

关注自己心仪的UP主，一起为好游戏打Call



游戏

超靠谱的游戏资料

多角度衡量游戏，只为你知道是否值得一玩



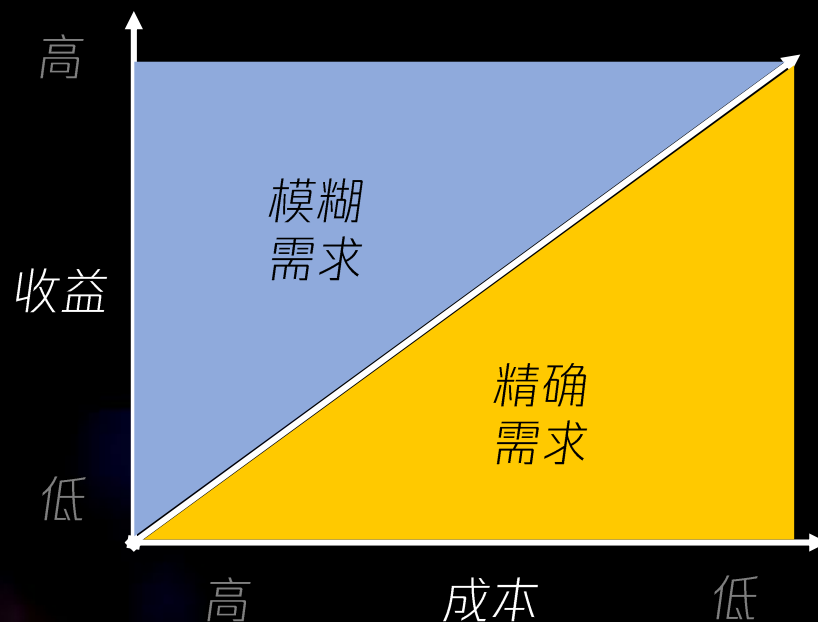
思考——游戏短视频社区

法

① Item分发模型
② 象限法 ③ 归类&排序

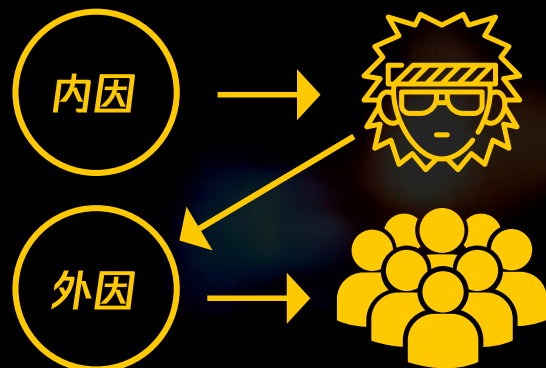
寻找

①



对于找游戏的平台而言，游戏的信息优先级，内因〔是什么〕 > 外因〔好不好、热不热〕 ③

选择



- 内因是大家最终决策的信息，而外因只是可能会引起大家兴趣的信息。
- 好的内因载体，比如短视频，本身就能引起大家的兴趣。
- 我们产品的假设是，未来用户的口味诉求会觉醒，大家会形成自己的口味，而不是像现在把选择权交给其他〔厂商、渠道、朋友、媒体.....〕

思考——游戏短视频社区

思维实验+身边用研

问题 下游戏之前为什么不看视频？ 有多少人用steam， 是像我一样进详情页之后直接跳过排在前面的视频， 直接点后面的截图看的？

拍脑袋

- 用户需要速度和对于速度的掌控 技术上实现的视频加载速度已经很快了， 但是可能要靠产品体验的变化作为用户路径改变的临门一脚
- 看动态的体验 > 看静态图 想想公众号文章里的GIF图
- 不要让用户等待 要么让用户在操作， 要么让用户获取信息量， 不要让用户等待， 等待是对体验的最大割裂

身边用研

图片还是视频？	选择因素	80后		针对视频的体验优化	00后		GIF图
		静态图	视频		静态图	视频	
消费价值	吸引力	+	++	N/A	-	+++	++
	信息量	+	+++	N/A	-	+++	++
消费成本	低预知成本	+++	-	++ 分段视频	+++	+++	++
	低启动成本	+++	-	+ 自动播放	+++	+++	+++
	低等待成本	+++	-	++ 悬浮加载播放	+++	++	+
	低阅读成本	+++	+	+++ 关键帧提取	+++	+++	+
	低切换成本	+	+	++ 自动切换	+	+	+

结论1



结论2



思考——游戏短视频社区

法

思维实验

什么是社区？

豆瓣是社区吗？大众点评是吗？
网易云音乐是吗？B站是吗？

“社区性”，而不是社区。

社区性强弱 = UGC占读用户可消费内容的比例大小。

社区性：建立人和群体的连接，帮助人找到他认可的群体并融入其中。

你的行为是否预设着对其他同类用户的期待。

为什么要做社区？

社区能提高产品粘性

社区是使产品通过DAU规模的扩大，就能正向扩大产品价值的一种形式。为什么？

从0到1怎么做社区？

罗马不是一天建成的

聚流

——> 谁们？

——> 为什么来？

- 贴吧靠关键字引流和聚类
- 社区靠运营 + 时间滚雪球
-

互动

——> 来了做什么？

——> 为什么在你这做？

- 内容生产和消费
- 内容分发
- 激励：社交酬赏

写用户 > 读用户

写用户本身就是读用户

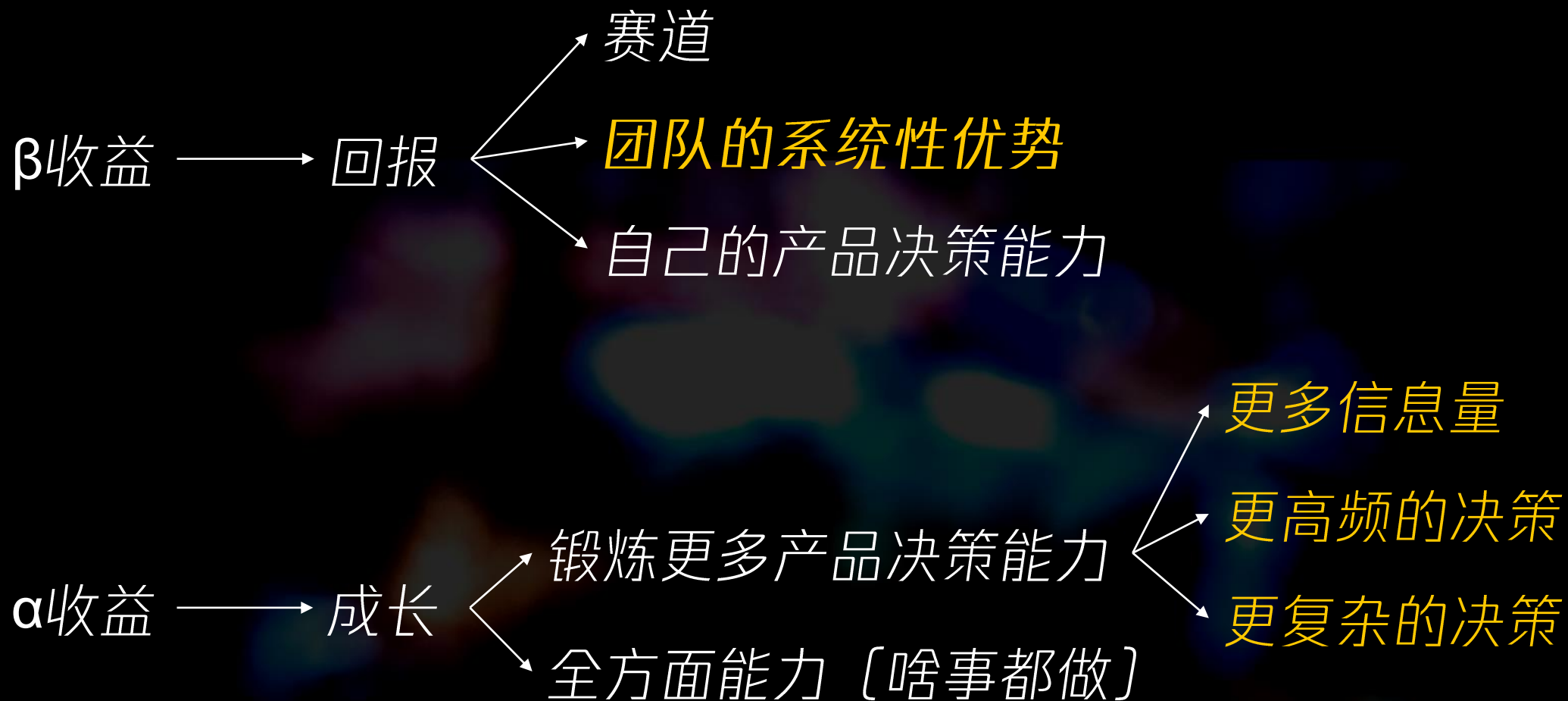
读用户的价值是，他们的反馈成为写用户的动力源之一

附录——内部创业

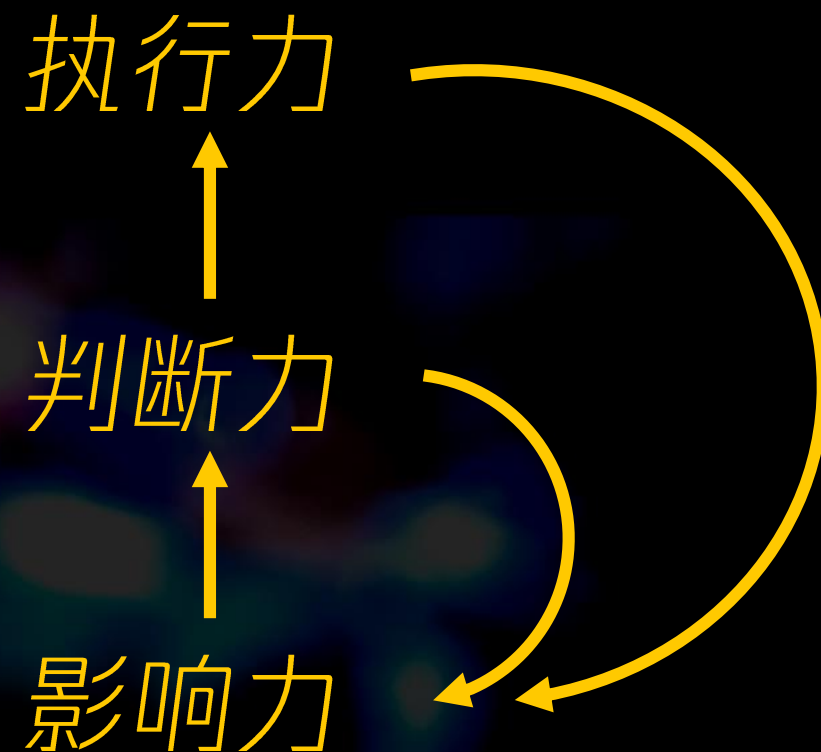
法

所有换工作的
标准决策框架

我应不应该选择创业？



One More Thing —— 关于执行力、判断力、影响力



感谢



扩展阅读

寻微视增长产品经理

你可以获得

- PCC工业化建设**最前线**的 β 收益
- 与**增长黑客源头**FaceBook的优秀GM、总监共事

期望你是

- 聪明，喜欢思考
- 有自驱力，能改变自己和别人
- 基于以上，在过去业务中获得过成绩

邮箱: neverwang@tencent.com, 24×7欢迎来撩

