产品验收与发布

- 课程目标
  - 1、了解可用性测试、性能测试、A / Bt est
  - 2、了解产品的数据指标
  - 3、理解上线前产品经理该做的事
- 产品验收概述
  - 为什么要做产品验收和测试?
    - 为了保证产品质量
    - 为了保证用户体验
      - 为了不让用户失望，不让用户吐槽，让整个产品设计流程有好的ending
  - 产品经理负责做产品验收
    - 功能是否是产品需求期望的？是否有体验问题？
  - 测试经理负责做产品测试
    - 根据测试用例进行专业的 功能测试 / 冒烟测试 / 回归测试
  - 测试类型
    - 产品验收
      - 产品经理
    - 单元测试
      - 研发人员
    - 功能测试
    - 冒烟测试
    - 回归测试
      - 测试人员
    - 性能测试
      - 运维人员+测试人员
    - 可用性测试
    - A/B TEST
    - 灰度测试
      - 产品经理
  - 产品验收
    - 产品经理在什么时间介入？
      - 迭代1开发完成
        - 开发自测完成
      - 产品验收1
        - PASS / FALL
        - 把关功能
      - 正式测试
        - BUG
      - 产品验收2
        - PASS / FALL
        - 把关用户体验
  - 产品验收的沟通
    - 产品VS开发
      - 需求没讲明白Vs需求没看明白=开发结束前没沟通明白：感觉整明白
    - 产品VS测试
      - 需求没写全VS用例不全=测试前没有沟通明白：补齐用例继续整
      - 注意不要在开发自测提交验收时暴露需求
  - 关于BUG LIST
    - 1、专业测试后会提交缺陷清单，有bug等待研发消灭
    - 2、结合项目周期管理的知识，必须考虑项目周期和当前待处理bug的平衡
    - 3、对buglist 整体梳理，按照重要紧急分为high / middle / low三个级别
    - 4、优先处理紧急bug，看情况归大部门重要的bug，低优先级bug可以纳入迭代的日常迭代中
  - 灰度测试
    - 定义：让一部分用户先用起来（内侧，提前体验）
    - 要素
      - 灰度范围
        - 选取用户
          - 内部用户（公司员工）-种子用户（论坛等维系的）-活跃用户
        - 用户分类
          - 根据用户画像选取不同画像的用户
      - 数据监控
        - 新版本监控
          - 稳定性，故障率，使用频次
        - 数据对比
          - 根据有数据对比是否有提升
  - A / Btest
    - 复杂产品有2种以上表达方式，无法选择时，对用户进行分组，不同组用不同灰度版本，最终用数据反馈作出决策
  - 用户可用性测试
    - 流程
      - 招募用户
        - 用户不必太多：5人左右
        - 必须是真实的目标用户
        - 核心用户画像较多时要尽量覆盖
      - 测试任务设计
        - 基于当前更新的功能
        - 控制好范围和数量
        - 任务描述要基于具体的场景
      - 观察测试
        - 保持测试环境的安静
        - 告知要测试的任务
        - 不要告诉用户怎么做
      - 整理分析
        - 询问用户感想、期望
        - 整理访谈结果
        - 输出可用性报告
    - 什么情况下需要可用性测试
      - 背景
        - 新产品 / 功能变更 / 复杂功能 / A、B TEST
      - 话术
        - 用户访谈
          - 用过这个功能么？如果用过感觉怎么样打几分（1-100？感觉不好 / 打分低理由是什么？玩这个功能主要目的是什么？对这个功能还有什么期望？没用过这个功能，是没发现这个功能还是其他原因？
        - 用户可用性测试
          - 你在看哪里？看到这个按钮吗？现在在做什么操作？你决定接下来怎么样做比较好？这是你想要的么？
    - 总结
      - 产品验收--可用性测试--A / Btest--灰度测试
- 产品常见的数据指标
  - 安装激活
    - 设备号—安卓 IMEI 苹果 UDID
  - 新增用户
    - 维度
      - 新增注册用户
      - 新增访问用户
  - 用户活跃
    - 日活 / 周活 / 月活
  - 用户留存
    - 次日留存 / 7日留存 / 30日留存
  - 用户流失
    - 计算流失率的时候要根据产品特性来选取合适时长
  - 传播指数
    - 主要是内容类产品，会更在意阅读量、点赞、转发
  - 用户价值
    - 在产品整个生命周期中，在每个用户身上最挣了多少钱？
      - APPU值-总收入一般按月 / MAU
  - 日均使用时长
    - 流量类产品-社交 / 娱乐 / 内容 / 游戏类产品
  - 关于产品指标的说明
    - 指标的计算因子根据公司内部的定义而不同，产品经理要应该关注的是转化
      - AARRR模型
  - 产品指标vs页面指标
    - 产品是整体的表现
    - 页面是用部具体页面的数据
      - PV/UV/平均页面停留 / 进入次数 / 跳转率 / 跳出率 / 页面价值
  - 关于埋点
    - 埋点关注的是页面统计和行为分析，产品经理关系的应该是分析数据，具体做埋点的方法有专业的SDK嵌入实现，一般由开发负责，数据产品或者数据部门配合。
- 产品发布：沟通之道
  - 发布前准备
    - 已经通过可用性测试，清空关键buglist，不紧急bug可以往后放一放
    - 看好了黄历
    - 跟各个业务部门打好招呼
      - 运营是否做好了推广活动或上线物料
      - 客服团队是否足够了解产品新特性，并准备好了相应话术
      - 销售团队是否足够理解这个产品该怎么怎恁客户
      - 运维团队是否已经备好服务器应对性能压力
      - 老板有没有发话
      - 成熟产品经理必备
  - 发布前沟通
    - 跟客服沟通
      - 大白话告诉其新功能入口 怎么进入退出，以及功能出错怎解决方式
    - 跟运营沟通
      - 谈运营活动预期能带来多少量，谈运营活动能带来的数数据指标相关的数量，以及运营活动出现问题的处理方式
    - 跟运维沟通
      - 告诉他们活动发布后有什么推广活动，会带来多少用户量，有样用高并发情形，需要如何监控、出现问题一键回滚
    - 跟程序员沟通
      - 带一杯象征友谊的咖啡，带一包烟，带温和的语气，带产品的节奏，让程序员提早（早晨四五点）或者加班到深夜（1.2点）完成上线和上线后的各种情况处理
    - 跟老板沟通
      - 面对老板的提问，表明信心没有问题，上线后我们立刻加班更新新版本
- 常见问题梳理
  - 1
    - 什么是逻辑
      - 道路、法则、规律、思维---你对一个事物的认知范畴
    - 什么是产品逻辑
      - 产品的规则、产品人的思维
    - 什么是产品的功能逻辑
      - 一个具体功能的规划，用户如何使用的流程
    - 如何提升
      - 同理心、切换角度思考、系统性思维
  - 2
    - 画原型到什么程度?
      - 先做逻辑，把功能的流程、规则写清楚，把页面的状态写清楚
  - 3
    - 怎么做这个？怎么做那个？怎么找工作？
      - 先打开电脑先用axure做做再说
      - 主动思考，主动查找，带着疑问区提问
      - 产品经理的三个核心素质：抽象能力、主动思考，沟通能力
    - 产品经理3个核心要素---学习能力 / 执行能力 / 沟通能力
    - 怎么找工作
      - 先把简历用产品语言改造一下
      - 再把简历的项目经历用数据指标改造一下
      - 再用交互设计的原则把简历美化一下
      - 最后海投，疯狂面试，提升面试技巧

XMind:ZEN | Trial Mode