

x-camp加速营

殷建松Jason

2017-9-27

欢迎来到x-camp

- 打造一个学习型组织，协作式输出、产生影响力
 - 上课、作业、报道，一气呵成
 - 智商、情商、逆商，交织进行
- 本加速营的原则：严谨、高效、负责任
- 助教即学员，学员即助教，最痛原则的合弄制

两分钟Pitch

我的项目、项目的价值

两两单独交流

投票、招募

组队

- 每组加微信小群，并拉入一位责任助教
- 内部分工：军事委员、技术委员、运营委员
- 队名 (Brand)
- 队呼 (Slogan)
- 队姿 (Pose)

人人都是创业者
人人都是投资人

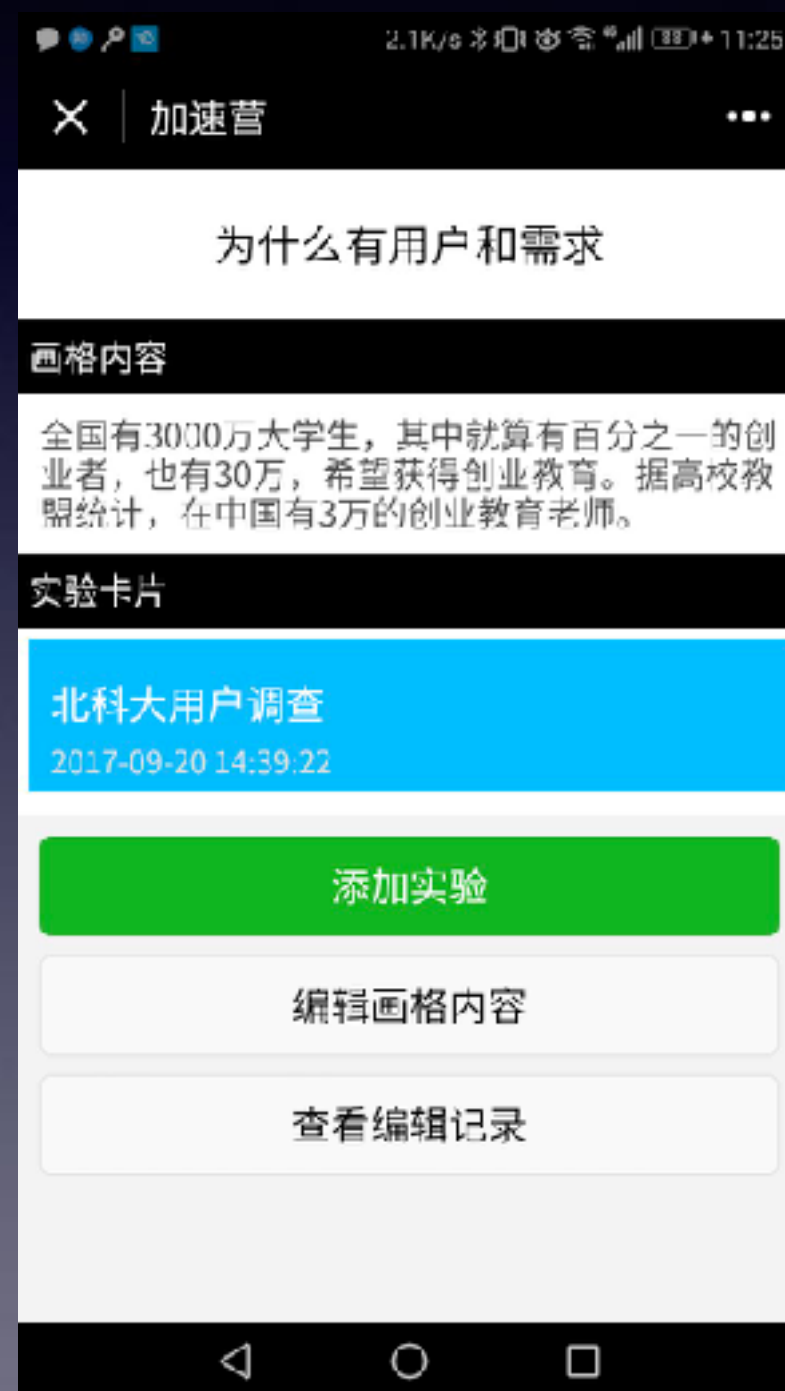
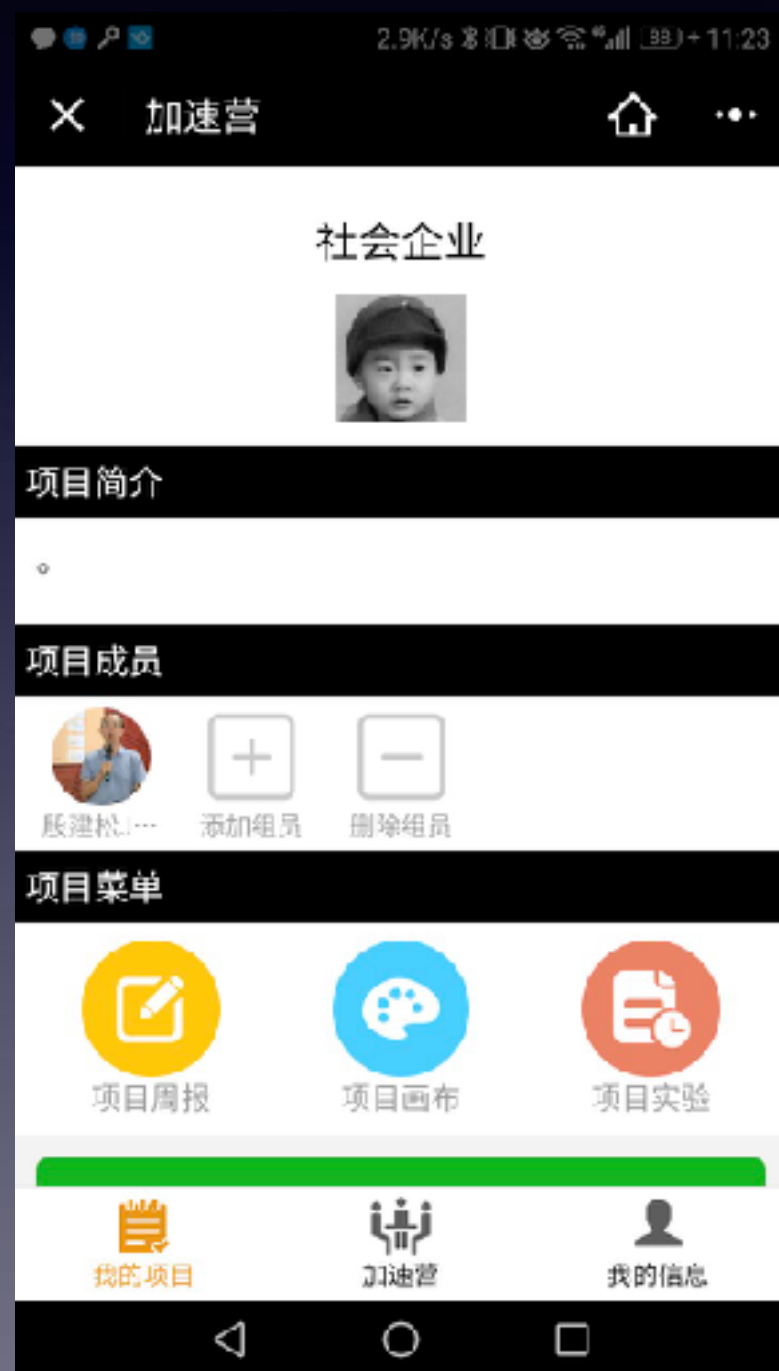
数字出版的重要性

- 营销之利器
 - 《从零到英雄》的推广价值巨大
- 激励之利器
 - 清华MEM入学导引课程的学员打分
- 融资之利器
 - 《创业的乐趣》定期更新给潜在投资人看

整体八节课安排

- 启动仪式
- 用户需求
- 团队基因
- 产品探究
- 市场进展
- 发展计划
- 融资计划
- 最终汇演

加速营小程序



IT基础入门

- Atom客户端软件
- Git和Github版本控制
- Hugo和主题Hugo Bootstrap
- Netlify网站自动化服务
- Freenom免费域名

Atom客户端软件

- 编辑文件、文件夹，是文件管理器+notepad两者结合
- Markdown格式，就像word一样使用、但比word干净
 - # 代表一级标题
 - ## 代表二级标题
 - 敲两次回车，或者插入空行，才能换行
 - ``和``围起来的部分是评论
 - 插入链接 [Google](<http://www.google.com/>)
 - 插入图片 ![Alt text](图片链接 "optional title")

Git和Github版本控制

- Git这东西不神秘，就是一个.git隐形文件，删了就没了
- Git clone 直接把服务器和本机文件夹建立映射
- 或者Git Init 、 Git remote add origin也可以
- 任何在本机修改都需三步: add, commit, push
- 单个commit尽量原子化，并且清晰描述为紧凑命令式
- 如果服务器端不是你主管，就要pull request (pr)
- 即请求主管方来拉你的内容，而不能直接推上去
- 在pull request中就可以就修改内容进行讨论
- 主管方可以最后来做Merge commit
- Github Repo中还有三个可选用的工具： issue, project, wiki

Hugo静态生成器+Bootstrap

- Post和Page
 - Post是博客文章页面，随着时间推移而向下排列
 - Page是固定页面，与时间的相关性不大
- Front Matter: +++、title、date等
- tag和category
 - 两者都是用来内容分组的术语
 - tag可以更加细节化地描述内容、是可选的
 - category可以用来层级化分组、类似文件夹、是必选的

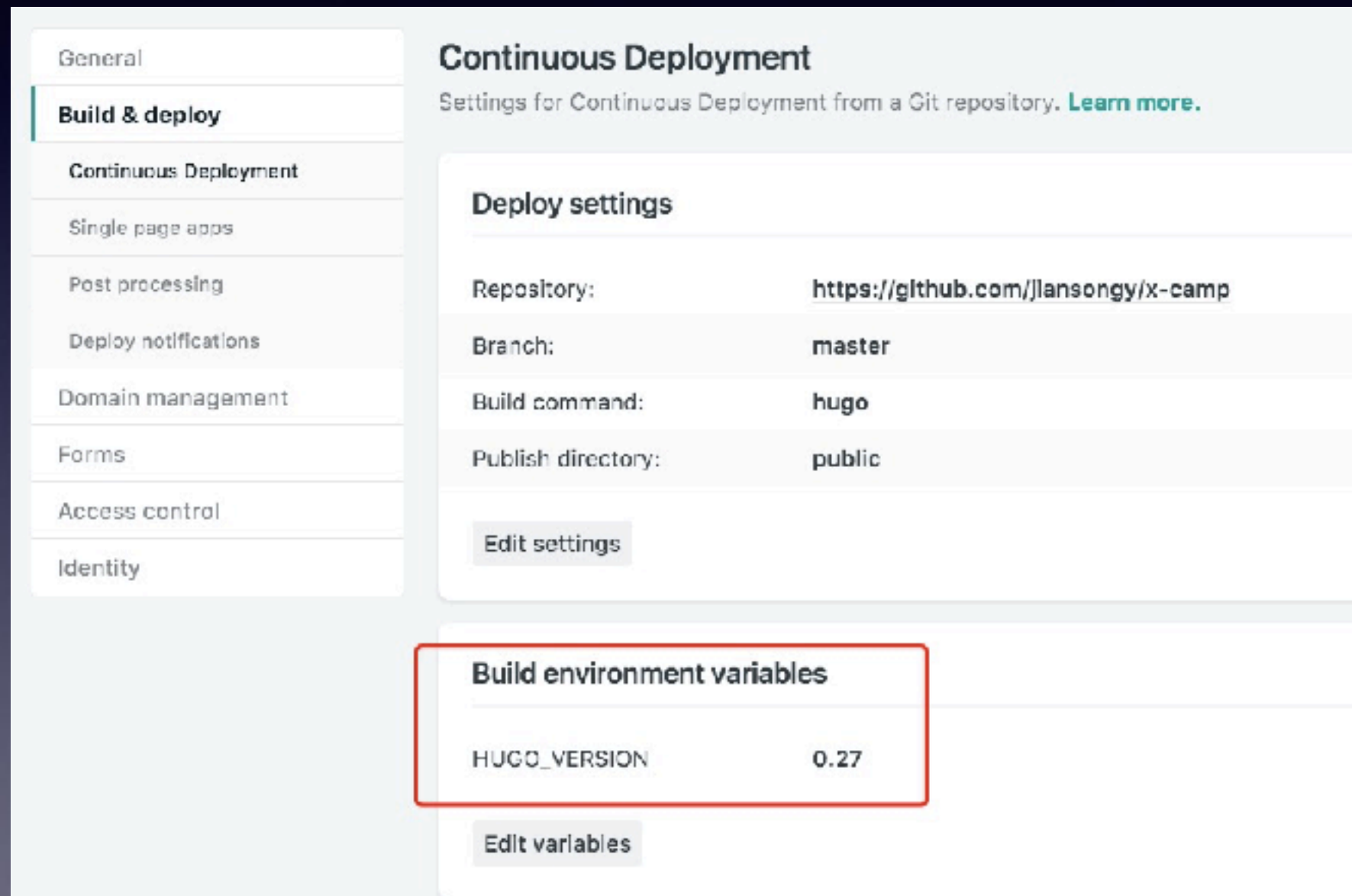
Netlify网站自动化服务

- 初始配置

如右图

Hugo_Version注意写对了版本号

- 以后任何在github中的修改，自动部署到对外服务上



Freenom免费域名

- 注册域名：可免费使用一年
- 域名指向Netlify

布置作业

作业提交时间：
下次课程当日的
凌晨0点之前提交

个人作业

- 按上课讲的全套技术，每人做一个类似右图的网站
- 每人在x-camp.tk上发布个人简历和学习心得报告，包含
 - 上课情况
 - 作业情况
 - 我的反馈



在Group Repo中

- 按小组在Github Repo中提交每个学员各自项目的：
- 独特价值画布ppt
- 客户/用户画像画布ppt
- 各项目的用户电子书初稿

独特价值画布

Unlike _____
(market leader / reference competitor)

our _____
(product's / service's name)

helps _____
(target customer segment)

who want to _____
(problem to be solved / job(s) to be done)

by _____
(verb e.g. reducing, avoiding)

(annoying factors for customer / customer pain e.g. time spent)

and _____
(verb e.g. increasing, enabling)

(customer benefits / gain e.g. 10x lower cost).

toB: 客户画像画布

B2B Customer Discovery: *key attributes of your customer*



Buyer persona

What is the archetype of your buyers? Background? Experience? Balance of professional & personal lives? Areas of focus & responsibilities? Roles in organisations? Buyers' business & personal goals? Do organisational goals affect their buying behavior?

Content

What information & data references do buyers rely on? How do buyers utilise & share content? What types of content affects their purchase decisions? What content do buyers seek & when? How do buyers obtain & receive information?

Buying process

What buying process do your buyers follow? What is their buyer's journey? How does procurement govern the buying process? What are the seasonal patterns of your buyers? What is normal end-to-end buying cycle? How does formal budget planning affect timing?

Influencers, Stakeholders, Buying Team

Who are key stakeholders? Who are internal influencers? External influencers? Who participates in the buying team? What role does buyer persona have in the buying team? Who participates in the approval process?

toC: 用户画像画布

B2C Customer Discovery:

key attributes of your customer



Appearance

...

Behaviours

...

Demographics

...

Needs

...

给用户的电子书

