
Inda Gorchels
■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn
■■■■■■■■■■■■■hzebook■
The Product Manager's Handbook
■■■■■■Gorchels,L.■ ■
ISBN■978-7-111-49822-3
2015
■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn
■■

015■1■
Mark Rothwell
Doug Vaughan
2.3
Doug Vaughan
2.3

·■■·■■■■Laura Farnham■■■■■■■■
·■■■·■■Elyse Kaye
· Barranda DiCillo Barranda Ba
·■■·■■■Jeff Mikula■■■■■■■■■■■■
·■■■■•■■■■Gabriela Saldanha Brink
·■■·■■■■Mark Phillips
·■■·■■■Stan Kopec■■■■■■■■■■■■■■■
·■■·■■■■John Luszczek■■■■■■■■■■■■■■■■
· IIIII Gloria Green IIII IIII IIII IIII IIII IIII IIII
-■-■■Dan Roche■■■■■■■■■■■■■■■
·■■·■■■■Wade Whitmus■■■■■■■■■■
· ■ • • • • • • • • • • • • • • • • • •
-■■■-■■■■ Richard Gesteland
Martirano Martir
======================================
======================================
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################
B2C B2C MBA MBA MBA MBA MBA MBA MBA MB

Coulter
■■■■Linda Gorchels
■■-■■■■Mark Rothwell■
■■■Dean Clinic■■■■■
••••••••••••••••••••••••••••••••••••••
B2C
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

[1] 1.G.M.Naidu■A.Kleimenhagen∎and G.D.Pillari■"Is Product-Line Management Appropriate for Your Health Care Facility■"Journal of Health Care Marketing■Fall 1993■■p.8.
■■-■■■John
Kotter

20%
CSRCSR
30 31 31 31 31 31 31 31 31 31 31 31 31 31
1.
2.
3.
4

B2B
Barry
■■■■■Adapted from Bill Meserve■"The Changing Role of Product Management■"Electronic Business■9■January 1989■■pp.143-146.
"==="==================================
■■■■■Scott Davis■
■■■■www.prophet.com■■■■■■
■■■■sdavis@prophet.com
■■■■■■scottdavisshift■■■■
Burke 100 100 100 100 100 100 100 100 100 10

Quinn Steven
Comstock####################################
McCafe Mc
[1] Robert W.Koehler■"Triple-Threat Strategy■"Management Accounting■October 1991■■p.32.
[2] Some executives are working with writers directors producers and actors to gain better skills at storytelling. Screenwriting coachRobert McKee discusses this phenomenon in Storytelling that Moves People Harvard Business Review June 2003 pp.51–55.
[3] Camille H.James and William C.Minnis■"Organizational Storytelling■It Makes Sense■"Business Horizons■July–August 2004■■p.29.
[4] Social scientists refer to this as the principle of authority a critical component of persuasion. For more detail refer to Robert B. Cialdini "Harnessing the Science of Persuasion" Harvard Business Review October 2001 pp.72–79.
■■・■■■■Mark Phillips■
CM

3 3-1 ••••••••••••••••••••••••••••••••••••

■3-2 ■■■■■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3-2
3-2
3-2
3-2
3-2

3-1
4000
1.8
9000 10% 11 10% 1
1.88
3-2
10%
3500 18% 18% 18% 18%
■ 3-2 ■■■■■■■
3-3-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1
■■-■■Doug Vaughan■
■■■■vaughan36@aol.com

[1] INDE-INSTOM Nagle
TIME STATE S
Porter 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2 4-2
■■■ 4-1
THE PROPERTY OF THE PROPERTY
Depot Staples
Company Substitution Simplicity Substitution
2002
■■■■Adapted from Charles Fishman■"The Man Who Said No to Wal-Mart■"Fast Company■JanFeb.2006■■66+.

1.0000000000000000000000000000000000000
2.
3.4444444444444444444444444444444444444
4.
7.8888888888888888888888888888888888888
Bristol-Mayers
■■■4 -2
DIY■■■
Graphics 1990 111 111 111 111 111 111 111 111 11
Graphics 2004
■■■■■Melanie Trottman■"Nuts-and-Bolts Savings■"Wall Street Journal■May 3■2005■pp.B1-B2.Vanessa Fuhrmann■"One Cure for High Health
Costs■In-House Clinics at Companies■"Wall Street Journal■February 11■2005■pp.A1-A8.
BELLEVILLE
B2B
Ellen

Research Res
1.
2.
3.
4.
7

8.

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Dinner Di
■4-2 ■■■■
■■■■4-3
INVESTIGATION OF THE PROPERTY OF THE PROPERT
■■■■■■■■■Commercial
ENDER DE Commercial Federal SER DE SE
ENDERENDE Commercial Federal ENDERENDE DE LA COMMERCIA DE LA COMPANIA DEL COMPANIA DE LA COMPANIA DEL COMPANIA DE LA COMPANIA DEL COMPANIA DE LA COMPANIA DEL COMPANIA DE LA COMPANIA DEL COMPANIA DEL COMPANIA DEL COMPANIA DEL COMPANIA DE LA COMPANIA DEL CO
Federal Samuel Commercial Federal Samuel Sa
Federal Saland S
Federal Same Same Same Same Same Same Same Same
Federal Tri-Tech Corporation Hospital Foodservice Customers Ready for Their Close Ups Tation's Restaurant News April 4 2005 p.16. Chris Costanzo Finer Customer Segmentation Paying Off American Banker December 14 2004 p.6A. Andy Cohen Maddressing Their Needs Tales and Marketing Management July 2004 p.18.
Federal Samuel Commercial Federal Samuel Sa
Federal Saland S
Federal Salas Commercial Federal Salas Commercial Corporation Sal
Federal Fed
Federal STATE STAT
Federal 33
Federal STATE STAT

80%
■ 4-6 ■■■■■■■
 4-4
■■■4-4 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■4-4 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
===4-4 ================================
■■■■4-4 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■4-4 ■■■■■■4-4 ■■■■■■4-5 ■■■■■4-5
######################################
######################################
######################################

Window Fashion
■■■■ 4-5
■■■·■■■Gloria
Green 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30
Bali Bali Bali Bali Bali Bali Bali Bali
Tables
300 50 50 50 50 50 50 50 50 50 50 50 50 5
SharePoint
Am
Curet

Wasson Steel Christina
■■-■■■■Paco
Underhill
B2BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
[1] Peter Burrows and Ben Elgin■"Why HP Is Pruning the Printers■"BusinessWeek■May 9■2005■■pp.38–39.
[2] Numerous trend-watching publications follow nanotechnology. The Futurist publication of the World Future Society has covered it in several issues. One such article is "Molecular Nanotech Benefits and Risks" by Mike Treder The Futurist January February 2004 pp. 42–46. This was also the Business Week cover story in the February 14 2005 issue.
[3] Rich Tomaselli■"Pharma Replacing Reps with Web■"AdvertisingAge■January 24■2005■■p.50.
[4] John A.Nolan "It's the Third Millennium Do You Know Where Your Competitor Is "Journal of Business Strategy November/December 1999 pp.11–15.
[5] Theresa Howard■"Glen Ellen Reformulates to Go Upscale■"Brandweek■May 1■2000■■p.78.
[6] Julie Schlosser■"Looking for Intelligence in Ice Cream■"Fortune■March 17■2003■■p.115.
[7] Liz Torlee■"The Perils of Segmentation■"Marketing■August 23–August 30■2004■■p.31.
[8] Industries were previously grouped according to the StandardIndustrial Classifi cation SIC codes. Refer to census.gov for thetranslation to NAICS.
[9] Refer to Niraj Dawar "What are Brands Good For "MIT SloanManagement Review Fall 2004 pp.31–37 for a discussion onreplacing brand management with customer management.
[10] Alan W.H.Grant and Leonard A.Schlesinger "Realize YourCustomers' Full Profit Potential" "Harvard Business Review vol.73 no.5 September – October 1995 pp.61–62.
[11] Kelly Greene "Marketing Surprise Older Consumers Buy Stuff Too "Wall Street Journal April 6 2004 pp.A1–A12.

5-1
1.
3.
■ 5-1 ■■■

■■■ 5-1
■■■■■■Colgate-Palmolive■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■-■■■Sharen Kindel■■■ "■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
\$\tellocolor \tellocolor \tell
■■■■■Adapted from Sharen Kindel■"Selling by the Book■"Sale&Marketing Management■October 1994■■pp.101-107.
Caterpillar Caterpillar
■■■ 5-2
20 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6
■■■■■Adapted from Gary Hamel and C.K.Prahalad■"Strategic Intent■"Harvard Business Review■May-June 1989■■pp.63-76.
Quality Survey
1.8888888888888888888888888888888888888
4 ====================================
1
1. 1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.

4.
5.
6.
1.
3.
4.
5.
6.
■■■5-3
Jong-Yong
■■■■David Rocks and Moon Ihlman■"Samsung Design■"BusinessWeek■December 6■2004■pp.88-96.
■■■■Linda Gorchels
Secret Code of the Superior Investor
· ••••••••••••••••••••••••••••••••••••

2.
■5-2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
rechnique
■■■■measurable■■
■■■■attainable■■
■■■■■results-oriented■■
■■■■time-bound■■
■5-4 ■■■
Windows

■■■■■Adapted from Kate Bertrand■"Divide and Conquer■"Business Marketing 74■October 1989■■pp.49-50.
Moines B B B B B B B B B B B B B B B B B B B
■■■5-5
1988
■■■■■Adapted from Stephen Kreider Yoder■"How HP Used Tactics of the Japanese to Beat Them at Their Game■"Wall Street Journal■September 8■1994■■pp.1+.
FACTS
maps Checklists templates templates to the checklists to the checklist to the c
■5-6 FACTS■■■■
■inda Gorchels
·===
-END FACTS
ELECTRON FACTS ELECTRON 4 ELECTRON 6 ELECTRON 5 ELECTRO

■■■-■■■■Brad Rogers■
■■■■BradRogers@tiaa-cref.org■■■■■"■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
TIAA-CREFERENCE TIAA-CREFERENCE TIAA-CREFERENCE TO THE TOTAL TO THE TOTAL TOTA
·*************************************
average
20 111111111111111111111111111111111111
Brinkerhoff
Lynch
Sigma

[2] Chad Terhune■"In Switch■Pepsi Makes Diet Cola its New Flagship■"Wall Street Journal■March 16■2005■■p.B1.
[3] Amy Barrett■"DuPont Tries to Unclog a Pipeline■"BusinessWeek■January 23■2003■■pp.103–104.
[4] Betsy D.Gelb■"Why Rich Brands Get Richer∎and What to DoAbout It∎"Business Horizons∎September–October 1992■■p.46.
Lay Barrier Davidson Barrier B
Hippel Hand Hand Hand Hand Hand Hand Hand Hand
BERNALD BERNALD BERNALD BERNALD BERNALD BERNALD
Chesbrough
Sigma III III III III III III III III III I
BERNARD BERNAR
Whitman

Fruit&Juice bars
Innamental and the second of t
■■■ 6-1
Wrap 1947 1947 Seal 1
BERNAMAN BER
Spray The Control of
■■■■■Adapted from Edward M.Tauber■"Brand Leverage■Strategy for Growth in a Cost-Control World■"Journal of Advertising Research■August-September 1988■■p.28■and Eileen Roche■"Product Development■Why Line Extensiions Often Backfire■"Harvard Business Review■March-April 1999■■pp.19-21.Micheline Maynard■"Wrapping a Familiar Name around a New Product■"New York Times■May 22■2004■■p.C1.
10
Cooper Management Mana

tests Ballon Ballon Ballon Ballon Ballon Ballon Ballon Ballon Ballon Beta
tests

B2B
Canon
90%90%
■■■6 -2
THE STATE OF THE
Liquide 11 20 290 190 190 190 190 190 190 190 190 190 1
Healthcare
Adapted from Liisa Vualikangas and Michael Gibbert Boundary-Setting Strategies for Escaping Innovation Traps MIT Sloan Management Review Spring 2005 pp.58-65. John Teresko Pecci Innovation Innovation Industry Week December 2004 pp.26-32. Business The Rise of the Creative Consumer The Future of Innovation March 12 2005 pp.75. Nanette Byrnes Robert Berner Wendy Zellner and William C.Symonds Branding Five New Lessons Business Week February 14 2005 pp.26-28. Special Report Don Laugh at Gilded Butterflies The Economist April 24 2004 pp.81.
6-3

.========
6-1
16-1
■■-■■■■Dave Franchino■
■■■■■■www.design-concepts.com■

[1] James Carbone∎Purchasing∎vol.136∎no.4∎March 15∎2007∎∎p.30.
[2] Geoff Colvin∎"Here It Is.Now∎You Design It∎"Fortune∎May 26∎2008∎∎p.34.
[3] Vanessa Wong∎"Co-Creation∎Not Just Another Focus Group∎"Bloomberg BusinessWeek special report∎April 1■2010■.
[4] Regina Fazio Maruca∎"The Right Way to Go Global∎"HarvardBusiness Review∎vol.72∎March/April 1994∎∎p.143.
[5] Christopher Power■Kathleen Kerwin■Keith Alexander■andRobert D.Hof■"Flops■"BusinessWeek■August 16■1993■■p.79.
[6] Janet Guyon■"CEOs on Managing Globally■"Fortune■the 2004Global 500special insert■July 12■2004■.
[7] "The Knowledge Creating Company■"Harvard Business Review■November–December 1991■■p.101.
[8] A more complete listing of screening■or business case evaluation■criteria can be found in Philip A.Himmelfarb■Survival of theFittest■Prentice Hall■1992■■pp.107–111.
[9] Peter Strub and Steven Herman■"Can the Sales Force Speakfor the Customer■"Marketing Research∎vol.5∎no.5∎Fall 1993■■pp.32–35.
■7-1 ■■■■3C■■■■■■■■
######################################
■■■7-1

3000000000000000000000000000000000000
Christensen The Innovator's Solution The Innovator's
■■■■John Zimmer■"How to Win a Marquee Account■"Sales and Marketing Management■February 2004■■p.72.Jack Neff■"P&G Kisses Up to the Boss■Consumers■"Advertising Age■May 2■2005■■p.18.Clayton M.Christensen and Michael E.Raynor■"Creating a Killer Product■"Forbes■October 13■2003■■p.82.
27-1
Condensed from Robert J.Thomas New Product Development Managing and Forecasting for Strategic Success John Wiley 1993 1993
■■■■Adapted from Kent Ulrich and Steven Eppinger■Product Design and Development■McGraw-Hill■1995■■pp.54-65.

""
7-3
" " " " " "
■■・■■■Kevin Booth■

3.8000000000000000000000000000000000000
======================================
■8-1 ■■■■3C■■■■■■■■
THE STATE OF THE S
Fujimoto = = " = = = = " = = = = = = = = = = =
LeGrand "5
LeGrand MBA
LeGrand MBA
LeGrand MBA
LeGrand MBA
LeGrand MBA 3-2
LeGrand MBA MBA 8-2
LeGrand MBA 18-2
LeGrand MBA 8-2
LeGrand MBA 18-2
LeGrand MBA 8-2

1000	
1002■■■■	
1003■■■■	
1004	
1005	
2000■■■■	
2001	
3000■■■■■■■	
3001	
3002	
3003	
3004	
3005	
4000■■■■■■	
4001■■■■■■	
4002	
4003	
5000	
5001 ■■■■■	
5002 	
)I
C-D-E	
■ CPM ■ PERT ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	
8-4	
	.=

·=====================================
·=====================================
■■・■■■Laura Farnham■
■■■■Laura.Farnham@jci.com
Compagned to the control of the cont
Ender the second of the second

1.8888888888888
2.
[1] The section on heavyweight product managers was adapted fromKim B.Clark and Takahiro Fujimoto "The Power of ProductIntegrity" "Harvard Business Review November – December 1990 pp. 107–118 Christopher Power et al. "Flops Business Week August 16 1993 pp. 76–82 and Jean E.LeGrand A Product in Need of Management Bankers Magazine November – December 1992 pp. 73–76. While the product managers in the automotive industry described in this section were generally part of engineering most product managers in other industries are in marketing marketing/sales for product management departments.
[2] Clark and Fujimoto■p.108.
[3] Clark and Fujimoto■p.109.
[4] Clark and Fujimoto■p.110.
[5] LeGrand■1992■■p.73.
[6] R.Madhavan■"From Embedded Knowledge to EmbodiedKnowledge■New Product Development as Knowledge Management■"Journal of Marketing■October 1998■■pp.1–12.
[7] Faye Rice■"Secret of Product Testing■"Fortune■November 28■1994■■pp.88–95.
[8] Preston G.Smith and John S.Farnbach■"Avoid Costly 11thhourProject Dilemmas by Preparing for Change■"PDMA Visions■December 2010■■pp.24–26.
######################################
■9-1 ■■■■3C■■■■■■

■■■-■■■Dan Roche■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■-■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2010 =2=================================
DVD STATE OF THE S
■9-3 ■■■■■■
BBB 9-2
20 90 90 90 90 90 90 90 90 90 90 90 90 90
■■■■■Adapted from Roger Green and J.Martin Jemigan■"Building Brand Value■" Pharmaceutical Executive■September 2004■■pp.36-45.

1.88888	
a. ■■ ■	
b. ■■■■	
2.	
b.	
C.■■■■■■	
3.	
a. 	
b. ■■■	
d.■■■■■	
e. ====	
4.	
a. ■■■	
b.	
5. 	
a. ■■■	
b.	
c.■■■■■	
d.■■■■	
e. ■■■	
6.■■■■	
a. ■■■■	
b.■■■■	
c.■■■	
d. 	
e. ■■■■■	
f.	
7.888	
b.	
C. ********	
d.■■	
	121

Suarez BBBB Gianvito
Lanzolla
■■■9-3
2008
Information ##########Jon
Hess
■■■■■Jon Hess■"Line Extensions■Most Common Patent-Protection Strategy■"PR Newswire■March 2■2005■■p.1■and Edward Tuttle■Andrew Parece■and Anne Hector■"Your Patent Is About to Expire■What Now■"Pharmaceutical Executive■November 2004■■pp.88-92.
■■■9-4
2 2003 ***********************************
Catera
Nimnicht 25 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2

■■■■■Adapted from Dale Buss■"Wheeling and Dealing■"Sales and Marketing Management■February 2004■■pp.36-41.Kenneth Hein■"Preparing for the Launch■"incentive■April 1997■■pp.45-49.
Lambert 1997 1997 1997 1997 1997 1997 1997 199
Cutter Cutter Programme Picaridin DEET DEET DEET DEET DEET DEET DEET DEE
9-2
■■■■■C.Merle Crawford■New Products Management■4th ed.■Irwin■1994■■p.317.
■■■-■■Elyse Kaye■
Handbags
ELECTRICAL SECTION OF THE SECTION OF
Powers 2010 12 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20 20

B2B
Image
[1] C.Merle Crawford■New Products Management■4th ed.■RichardD.Irwin■1994■■p.351.
[2] Wayne Koberstein■"Master Launchers■"Pharmaceutical Executive■May 1998■■p.45.
3 Bruce Nussbaum and Robert Neff■"I Can't Work This Thing■"BusinessWeek■April 19■1991■■p.60.
[4] Fernando Suarez and Gianvito Lanzolla∎"The Half-Truth ofFirst-Mover Advantage∎"Harvard Business Review■April 2005■■pp.121–127.
[5] C.Merle Crawford■New Products Management■4th ed.■RichardIrwin■1994■■pp.351–353.
[6] Mary Jo Feldstein ■"How Do You Take a New Product ■ Create a Needfor It and Sell It ■"St.Louis Post-Dispatch ■ April 19 ■ 2005 ■ ■ p.D1.
■10-1 ■■■■■■■■
■10-1 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■10-1 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
#10-1 ##################################
#10-1 ##################################
######################################
######################################
Boston Consulting Group 10-1 ===================================
######################################
Boston Consulting Group 10-1 ===================================

■■■10-1
Kreider Yoder
300
Thorpool and the state of the s
Thorpe
■■-■■■John Quelch■■■■-■■■David
■■-■■■John Quelch■■■■-■■■David Kenny■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Kenny
Kenny Snackco

Kenny
\$\text{Nenny}\$ \$\tex
Kenny

■■■■■■■■John Quelch and David Kenny■"Extend Profits■Not Product Lines■"Harvard Business Review■September-October 1994■■pp.153-160■Stephen Kreider Yoder■"How H-P Used Tactics of the Japanese to Beat Them at Their Game■"Wall Street Journal■September 8■1994■■pp.1+.
1.
2.
3.■■■■■
Glarus
Seinfeld
biting
BBB 10-2
■■■■••■■■■Wade Whitmus■
■■・■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Group
2009~2010 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.2222222
2
3
4
5.
6.

7.=====================================
3.
THE STATE OF THE S
■10-5 ■■■■■■■
McDonough
·
Prix esses
Prix IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prix IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prix = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
Prix IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
Prix Bank Bank Bank Bank Bank Bank Bank Bank
Prix Manual Mellon Bank Pampers 2004 Bull Dow Dow

Corporation Clay
- Corporation
■■■10-3
Kumar = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
David Anderson
10.888888888888888888888888888888888888
11.888888888888888888888888888888888888
12.

■■■■■■ Greg DiCillo■
■■■■greg.dicillo@lifecycle.us.com
■■■http://www.lifecycle.us.com
[1] James R.Rindall■"Marketing Established Brands■"Journal ofConsumer Marketing■Fall 1991■■pp.5–10.
[2] Jason Stein■"What's Brewing■"Wisconsin State Journal■May 15■2005■■p.C10.
[3] Steve Varon■"Filling in the Gaps■"Medical Marketing and Media■June 2004■■pp.52–56.
[<u>4</u>] Ibid.
[5] Alexandra Jardine■"Next Generation■"Marketing■November 24■2004■■pp.31–36.
[6] Staci Sturrock■"Time Not on Our Side■"Wisconsin State Journal■May 15■2005■■p.l8.
[7] Ralph Ruark■"Innovation Matters■"Ceramic Industry■May 2004■■pp.38–41.
[8] Nirmalya Kumar∎"Kill a Brand∎Keep a Customer∎"HarvardBusiness Review∎December 2003∎■pp.86–95.
[9] David M.Anderson and B.Joseph Pine II Agile Product Development for Mass Customization Times Mirror 1997 1997 1997 1997 1997 1997 1997 199
"=="===================================
Lane Keller

MiniaiPad
Shuffle
Foods SANDARD
Mills
==-===================================
■■■ ■11-1
Bluestein
######################################
Xers Name 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
Edge
■■■■■Adapted from Joseph Weber■"He Really Got Harley Roaring■"BusinessWeek■March 21■2005■■p.70.Dale Buss■"Can Harley Ride the New Wave■"Brandweek■October 25■2004■■p.20.Diane Brady et.al.■"Cult Brands■"BusinessWeek■August 2■2004■■p.66.James Speros■"Why the Harley Brand's So Hot■"Advertising Age■March 15■2004■■p.26.
="="==================================

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
cops
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■ 11-2
2002
======================================
Rockwell■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
AND THE RESIDENCE OF THE PARTY OF THE PARTY
Jemima■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■Brian Steinberg■"P&G Brushes Up Iconic Image of Crest Kid'in New Campaign■"Wall Street Journal■March 29■2005■■p.B9.Suzanne Vranica■"Dell■Starting New Campaign■Plans for Life without Steven■"Wall Street Journal■October 16■2002■■p.B3.Suzanne Vranica■"Aflac Partly Muzzles Iconic Duck■"Wall Street Journal■December 2■2004■■p.B8.Claire Atkinson■"Brawny Man Now a Metrosexual■"Advertising Age■February 16■2004■■p.8.
http://www.brandchannel.com
■■-■■■■Jeff Mikula■

■■■■Hill-Rom■■■
500
B2BB2CBBBBCCBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
B2B
[1] From the dictionary on the American Marketing Association Website http://www.marketingpower.com/.
[2] Kevin Lane Keller Strategic Brand Management Prentice-Hall 1998 p.4.
[3] http://www.brandchannel.com/education_glossary.asp.
[4] Beth Snyder Bulik "Apple Hires HP Star to Bring Stronger Marketing Punch "Advertising Age vol.76 no.8 February 21 2005 p.4.
[5] Joseph Weber∎"He Really Got Harley Roaring∎"BusinessWeek∎March 21∎2005∎■p.70.
[6] David Rocks and Moon Ihlwan■"Samsung Design■"BusinessWeek■December 6■2004■■pp.88–96.
[7] Kevin Helliker∎"In Natural Foods∎a Big Name's No Big Help∎"Wall Street Journal∎June 7∎2002∎∎pp.B1–B7.
[8] "Leaders■Brand New■"Consumer Electronics■■January 15■2005■■p.10.
[9] Todd Wasserman■"Marketers Extend Kudos to Jeep■Apple■"Brandweek■October 11■2004■■p.4.
[10] Todd Wasserman■"Marketers Extend Kudos to Jeep■Apple■"Brandweek■October 11■2004■■p.4.
[11] Steve Butler■"Product Range Brands■A Frequently Overlooked Source of Value in the Chemical Industry■"Chemical Market Reporter■December 9■2002■■p.26.
[12] Betsy McKay and Suzanne Vranica "How a Coke Ad Campaign Fell Flat with Viewers" Wall Street Journal March 19 2001 pp.B1-B4.
######################################

1 12-1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
■■■12-1
Zebra Technologies
Corp.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Mini Mac Managara Managara Mac Managara Managara Mac Managara Managara Managara Managara Mac Managara Ma
Shuffle Share Shar
■■■■■David Greising■"Quality■How to Make It Pay■"BusinessWeek■August 8■1994■■p.58.Nick Wingfield■"Apple Scores with Cheaper Lines■"Wall Street Journal■April 14■2005■■p.A3.Peter Burrows and Andrew Park■"Apple's Bold Swim Downstream■BusinessWeek■January■24■2005■■pp.33-35.Nick Wingfield■"Apple Tries a New Tack■Lower Prices■"Wall Street Journal■January 12■2005■■pp.D1-D5.

■■■■Linda Gorchels 2010.Reprinted with permission.
■■■12-2
Dickinson
International International InterLink InterLink InterLink International
BDBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
The state of the s
StainBrush
Andrew E.Serwer "How to Escape a Price War "Fortune June 13 1994 p.90. Robert Berner and William Symonds "Welcome to Procter & Gadget "Business Week February 7 2005 p.76.

National
Mortgage
Registry
======================================
Males Male
L.Molen

■■■■Alasdair Mackintosh■"Getting the Message Across■"International Journal of Medical Marketing■April 2004■■pp.102-105.
■■■■-■■■■-■■■■Gabriela Saldanha Brink■
Connections"
■■■"Promega
Connections"

[1] Andrew Serwer■"How to Escape a Price War■"Fortune■June 1994■■p.84.

[2] Christopher Power et al.■"Flops■"BusinessWeek■August 16■1993■■p.79.
global LBG
19%
Lally
Marketing 2003 vol.18 no.2/3 pp.258-270. George Crocker and Yi-Chung Tay What It Takes to Create a Successful Brand The China Business Review July/Aug 2004 pp.10-16. Ann Chen and Vijay Vishwanath China In China Harvard Business Review March 2005 pp.19-21. "Navigating China's Ever-Changing Marketplace Advertising Age November 2004 pp.12. David Drickhamer Appliance Envy Industry Week November 2004 pp.24-30.
DBG
Richard Gesteland
■■■■■■■■■■■■Richard Gesteland■
■Global Management LLC■■■
90%

1.8888888888888888888888888888888888888
3.
of Antwerp New Wave Enterprise Control of Antwerp C
Arnord Annord An
3."
4."
5."====================================

7."====================================
———————————————————— 1997 —
■■-■■■■Mark Phillips■
http://www.linkedin.com/in/markalanphillips
·=====================================
·=====================================

[1] The information in this paragraph is derived from Jack Neff "Unilever Reorganization Shifts P&L Responsibility "Advertising Age February 28 2005 p.13.
[2] Salah S.Hassan■Stephen Craft■and Wael Kortam■"Understanding the New Bases for Global Market Segmentation■"The Journal of Consumer Marketing■vol.20■no.4/5■2003■■p.454.
[3] Douglas B.Holt■John A.Quelch■and Earl L.Taylor■"How Global Brands Compete■"Harvard Business Review■September 2004■■pp.68–75.
[4] John Galvin■"The World on a String■"Advertising Age■February2005■■pp.13–19.
[5] Alex Taylor III■"Can America Fall in Love with VW Again■"Fortune■May 16■2005■■p.130.
2000
Max = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
ENDIO DE LA CONTROL DE LA CONT

B2B
10
.========
·=========
·=====================================

.

PMC
■■■ 14-1
Foods
■■■■■Linda Gorchels■The Product Manager's Field Guide■McGraw-Hill■2003■provides a product manager competency model■along with alignment exercises for each competency. "Unilever■The Marketing Academy■"Brand Strategy■May 2004■■p.28. "Dreaming Big■Preposterous Dreams Gives Vision for Success■"Chicago Tribune■October 25■2005■■p.5.
######################################
Weilbacher
<u>[4]</u>

·
■■・■■■■Stan Kopec■
Nortel Nortel
■■■■skopec@charter.net
■■■■■John Luszczek■
[1] Zachary Schiller■Wendy Zellner■Ron Stodghill■and Mark Maremont■"Clout■"BusinessWeek■December 21■1992■■p.70.
[2] P.L.Dawes and P.G.Patterson "The Performance of Industrial and Consumer Product Managers Industrial Marketing Management February 1988 pp.73–84.
[3] Bill Meserve■"The Changing Role of Product Management■"Electronic Business■January 9■1989■■p.146.
[4] William Weilbacher ■Brand Marketing ■NTC Business Books ■1993 ■ ■p.123.
The Product Manager's Field Guide■Practical Tools, Exercises, and Resources for Improved Product Management

■■■■■■■Gorchels, L.■ ■

ISBN■978-7-111-39243-9 ■■■■+ 86-10-68995265 ■■■■service@bbbvip.com ■■■■www.hzmedia.com.cn **BERNAMENTAL MANAGEMENT** " " " 2 3 4

5 6 1. 2. 3. 4. 5. 7 8 9 **10**

11
1-9 1-6 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
11

product management

•■■■■variance report
•■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■ 1 2 3 4
■■■■■■ 1 2 3 4
■■■■■■ 1 2 3 4
■■■■■■ 1 2 3 4
11 Linda Gorchels Lin
[2] State
Useem■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

IN I
manager
- Ballon

 $\cdot \blacksquare \blacksquare$

■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■■ 1 2 3 4 NA
•■■■■■■■■Toastmasters International■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
[1]

.

·========
· IIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
·=====================================
======================================
■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■ 1 2 3 4 NA
and the state of t

.====
■■■■Alignment Exercise■
======================================
■■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
[1] Steven Eppinger
■■10■■■■■■■■CCL■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
· ■■■■■■■ 35 ■■■■■
·=====================================

21 10 10 CCL
- • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
■■■■Alignment Exercise■
======================================
■■■ 1234NA
TAILS Chaleff Operational Control C
[1]Ira Chaleff, "Overload Can Be Overcome, "Industry Week, June 7■1993■pp.44+.
[2]Chaleff,Industry Week,pp.44+.

management *** *** *** *** *** *** *** *** *** *
======================================
-===
.====

■■■ 1 2 3 4
■■■■■■1234
1 2 3 4
■■■■■1234
■■■ 1 2 3 4
[1]
· ■ 2004 ■ 8 ■ 1 ■■■■■■■■■■■■■
·■2004■8■14■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
·■2004■12■30■■■■■45%■■■■■
structure, WBS
1000
1001
1002
1003 ■■■■
1004 ■■■■■■
1005 ■■■■■
2000 ■■■■
2001
2002
2003

3000
3001
3002
3003
3004
3005
4000 ■■■■
4001
4002
4003
5000
5001 ■■■■
5002 ■■■■
AAAAAAAAA
network
Z-1 ■■■■■
 bar
charts
plan = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 =
■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■ 1 2 3 4 NA
■■■■■■ 1 2 3 4 NA

■■■■www.starteasy.com/ggalore/time.
1] Management of the Control of the
■■●・■■■■■■■■■■■■First Things
First 11 - 1 - 2 - 3 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1

■■■■■Adapted from Stephen R.Covey,First Things First■New York■Simon■Schuster■1994■p.37.
equity ====================================
■■1234
■■1234
[1] === :================================
——■■■■■■■■■Shimon Peres■
■ 3-1 ■■■■

-8

·=====================================
.========
·=====================================
·=======
.========
· • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
vision ####################################
·S■specific■——■■
-M■measurable■——■■■
-A■achievable■——■■■
·R■results-oriented■——■■■■
·T∎time-based■——■■■
SMART
· SMART SMAR

Levitt
·=====================================

■1 ■■■■150■X■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■2 ■■■■■■■■■■X%■■■Y%
• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
1] Bellem Bellem Bellem Marketing Imagination Bellem Belle
[2]

■■■■■SMART■■■ ■
——■■■■■■■■■■■■■Walter Wriston

memory 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1

[1] Salas - Sa
[2]
research quantitative research quantitative research quantitative
■ 4-1 ■■■■■■
Barrier State Communication Communication State Communication S
4-1
indicator
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds.com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com
Rate and Data Service Guide, srds. com

question = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
approach
ββ
Excel
scale

——■■■■■•■■■Keith Davis■
business
■■■■■■■ contribution margin■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■ breakeven point ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
000
base budget
13 000 100
500

Example 1 and 1 an
—————————————————————————————————————
spiral Sp
costing,ABC
5-5
 027
522
830
830
830
830
830
830
830
830
830
830
830
830 706 831 832 833 835 836 837 838 838 838 838 838 838 838 838 838
830

paybackpayback
2000
000
present value index,PVI
BB 35 000 BB 35 000 BB 36 000 BB 37 000 BB 3
·■■■
·■■■■■
·=====
Creasy 753 B Babe Ruth 330 T 330 T 714 T 7
——■■■■■■■United Technologies Corporation■
litter

proposition
variables solution product The transfer of the control of the cont
versioning
[1] LEC. LEGENDIAN C.MacMillan LEGENDIAN Rita Gunther McGrath 1996 5~6 LEGENDIAN LEGENDIAN DISCOVER Your Products' Hidden Potential LEGENDIAN LEGE
[2] = = = - = = = = = = = = = = = = = = =
brand identity
■■■■■■6-5■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 6-5 ■■■■
Mills Cascadian Farm Cascadian Farm Celeron TM Celeron

[1] SEES-EE-EE-Kevin Lane Keller
[2]
1.
2.
[1]ULBBBUnderwriter Laboratories Inc.
3.888888
4.
wave Enterprise

Doughboy
5.

——■■■■■■■World Future Society■
Manning
■ 7-1 ■■■■■■■■■
-======================================
-=========
Kotter The Control of
Shock The Table Total To
[1]Tony Manning,Making Sense of Strategy■New York■AMACOM■2002■preface.
■ 7-3 ■■■■■■■■■

·**==**

· ==
[1] Chris Zook Profit from the Core 2001 2001
A_ZA_ZA_ZA_ZA
■ 7-4 ■■■■■
BEOral

——■■■■■■■■■■Emile Chartier
■ 8-1 ■■■■
======================================
======================================

25
[1]
[2] Turn Customer Input into Innovation 2002 2002 1
[3] ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
<u>_</u>
Method
·•••••••••••••••••••••••••••••••••••••
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·

Thompson 22 8-4 22 8-4 22 8-4 22 8-4 24 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8
Cooper New Prod TM Pro
-========
-======================================
[1] Robert J.Thomas Supplies Success Supplies Su
[2] BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
[3] NewProd TM
[4] Approach The Innovation Institute The Innovation Institute Innovation Innovation Institute Innovation Innovation Innovation Innovation Innovation Innovation Innovation Innovation Innovation Inno
.==/====
· =
·==
· =

·

-=====
SMART SECTION OF THE
8-6
■ 8-6 ■■■■■■
[1] BEST BEST BEST BEST BY Hooks BEST BEST BEST BEST BEST BEST BEST BEST
-■■β■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

·==β==================================
·==β==================================
ΕΝΙΚΑΙ ΤΟ ΙΚΑΙ ΤΟ ΙΚΑΙ

1] Product Design and Development Manager Mana
——■■■·■■■Lloyd Jones■■■

Lambert Association
$\cdot = = = = = = = = = = = = = = = = = = =$
FAB features/ advantages/ benefits/
chart

BREAK BREAK BREAK
plan
9-2

		-
######################################		-
######################################	1.	
2.		
2		
======================================		
======================================		
3. ************************************		
3.		
######################################		
######################################		
	• • • • • • • • • • • • • • • • • • •	
4.====================================		
		_

- ==
.===

——■■·■■■Reed Holden■■■■■·■■■■Thomas Nagle■
■■■■■■■■■■The Strategy and Tactics of Pricing■■■■ [1]
·======
-=====
unit cost
cost
·====
·======

THE STATE OF THE
[1] Strategic Pricing Group Spgboston.com
######################################
[1] SANDAR Robert J.Dolan SANDAR SIMON SIM
Pricing 1996 1996 1996 1996 1996 1996 1996 199
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
items
·=====================================
product

policy
·=====================================
.======================================

====	
000	
1] Sarah Lorge Management 1997 8 1992 8 1992 1993 1995 1995 1997 1997 1997 1997 1997 1997	
J·Dolan■■■■-■■Hermann Simon■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	

[1] Robert J.Dolan HERROR Simon Simon Proving Power Pricing HER

——■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■11-1■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 11-1 ■■4C
drives
drivers
drivers
drivers
drivers 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-
drivers 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-
drivers 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-
11-2
######################################
drivers 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-
drivers 11-2 11-
drivers 11-2
drivers 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ====== 11-2 ======= 11-2 ======= 11-2 ======= 11-2 ======== 11-2 ===================================
drivers 11-2 = 1
drivers 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-2 11-
11-2
11-2

[1] SANDAR STRATEGIC Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity
[2] BEBB-BBBetsy McKay BBBB-BBBBB Suzanne Vranica BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
-88888
· ####
·======= ·====
·===== ·===========

.======================================
campaign = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 = 1 =
-======================================
-========
Age
000===================================
-========

.

<u> </u>

[1] Scott W.Cooper State
——■■■■■■■■■Neil Gillespie [1]
[1] Channel Marketing Group Channelmkt.com
[2]Christian Homburg, John Workman, and Ove Jensen, "Fundamental Changes in Marketing Organization The Movement Toward a Customer-Focused Organizational Structure, "Academy of Marketing Science Journal, Fall 2000 pp. 459-478.
[3]Gary McWilliams,"In About-Face,Dell Will Sell PCs to Dealers,"The Wall Street Journal,August 20■2002■p.B1.
[4]Alicia Zappier,"Avon to Unveil New Cosmetics Line at Sears,Penney Beauty Centers,"Drug Store News,October 30■2000■p.39.
Gateway Gateway

Sport blooks ###################################	[1]James Narus and James Anderson,"Rethinking Distribution Adaptive Channels,"Harvard Business Review,July-August 1996 p.114. Sport bike Toys R Use Toys
Sport blue III State III S	Sport bike
Sport bice III Toys R Usual Parameters of the Control of the Contr	Sport bike
Konder Toys R Usus Week August 16 1993 p.79. (3)Christopher Power, Flopa, Flusiness Week August 16 1993 p.79. 1111	Kmart
	L.Molen 15%
Christopher Power, Flops, Business Week, August 16 #1993 #p.79.	
### And the content of the content o	[1]Christopher Power,"Flops,"Business Week,August 16■1993■p.79.
======================================	
######################################	
######################################	
######################################	
======================================	
= Who = = = = = = = = = = = = = = = = = = =	
- I who I what problems I was in the control of the	
- I who what problems - I was a second of the second of th	
- The state of the	••••••••••••••••••••••••••••••••••••••
	• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
	• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
######################################	· IIIII why IIIIIII
12-2 12-3 12-3 12-3 12-3 12-3 12-3 12-3	· III how III III
######################################	
The state of the s	
#####promotional funds ####################################	
#####promotional funds####################################	
	12-312-3
—————————— prand	
placement	

■■■ ■ ISBN■978-7-111-40425-5
13DN=976-7-111-40423-3
■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn

```
_1_
<u>1.1 ■■</u>
1.2
1.2.1
1.2.2
1.2.3 UCD
1.2.4
1.2.5 PDCA
1.3
1.3.1
1.3.2
1.3.3
1.3.4
1.3.5
1.3.6
1.3.7
1.4.1
1.4.2
1.4.3
1.4.4
1.4.5
1.4.6
1.4.7
2
2.1 "
2.2
2.2.1 "
2.2.2
2.2.3
2.2.4
2.3
2.3.1
2.3.2
2.3.3
2.3.4
2.3.5
2.4
2.4.1
2.4.2
2.4.3
2.5
2.5.1
2.5.2
```

3.1 " 3.2 3.2.1 3.2.2 3.2.3 3.3 3.3.1 3.3.2 3.3.3 3.3.4 3.4 3.4.1 3.4.2 3.4.3 3.4.4 3.5 | B| B| B| B| 3.5.1 3.5.2 3.5.3 3.5.4 4 4.1 "PDCA" 4.2 4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.2.4 4.2.5 5 5.1 "Joe 5.2 5.2.1 5.2.2 5.2.3 5.2.4 5.2.5 5.3 5.3.1 5.3.2 6 6.1 " 6.2 6.2.1 6.2.2 6.3 6.3.1 6.3.2 6.3.3 6.3.4 6.4 6.4.1 6.4.2 6.5 6.5.1 6.5.2 6.5.3 7 7.1 "

7.2 7.2.1 7.2.2 7.2.3 7.2.4 7.3 7.3.1 7.3.2 7.3.3 7.3.4 7.3.5 7.3.6 7.3.7 7.4 7.4.1 7.4.2 7.4.3 7.4.4 8 8.1 "Joe 8.2 8.2.1 PEST 8.2.2 SWOT 8.3 8.3.1 SPACE 8.3.2 VGA 8.3.3 GSM 8.3.4 **QSPM** 8.3.5 9 9.1 " 9.2 9.3 9.3.1 9.3.2 9.3.3 9.3.4 9.3.5 10 10.1 "Joe**■■■■**" 10.2 10.2.1 10.2.2 10.2.3 10.3 10.3.1 10.3.2 10.4 10.4.1

10.4.3

11.1 "

11.2

10.4.2

11.3 ■■■——PDCA

11.4

12.1 "**12.1**"

<u>12.2 ■■</u>
<u>12.3 ■ </u>
13.1 " ***** "
13.2
13.3 ■■■■■■■
14.1 " ***** *******************************
14.3 - 11.
Times To the state of the state
■■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Groupon Foursquare Twitter Facebook
Groupon Foursquare Twitter Faceb
Croupon Foursquare Twitter Facebook #### 2009 6
Groupon Foursquare Twitter Faceb
Croupon Foursquare Twitter Facebook #### 2009 6

Joe
Alex————————————————————————————————————
Sara———————————————————————————————————
Mike——
Kimi——■■■■■■■Sara■■
Leo————————————————————————————————————
Max——■■■■
■1■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ Web
■Web 2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■Web 2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■Web 2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■Web 2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Web 2.0 Sina 163 Sohu Sina
Web 2.0 10 Sina Sina Sina
Web 2.0 Sina Sina Sina
Web 2.0 Sina Sina 163 Sohu Sina
Web 2.0 Sina 163 Sohu Sina
Web 2.0 Sina 163 Sohu Sina 163 Sohu The shadow of th
Web 2.0 Sina 163 Sohu Sina 183 Sohu The shade of the
Web 2.0 Sine Yahoo Yahoo

1.1 ■■
"======= CE==============="
The State of the
Joe No. 100 No
Joe 11 5 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 1
Joe
"======================================
[1] = = = = = = = = = = = = = = = = = = MUJI = = = = =
1.2 ■■
1.2.1
======================================
[1] = 1960 = 1986 = 198
1.2.2
Barista" Barista Baris
Bing Bing Bing Bing Bing Bing Bing Bing
ENDERSON DE LA CONTROL DE LA C
Bing

######################################
SEOSN
1.2.3 UCD
UCD User-Centered Design
1.2.4
EB2CE EBBIE
1.2.5 PDCA
"■■■■1%"■
20 11 50 11 11111111111111111111111111111
Palanto, Daniel Check, Callett Action, Allett 1-1
■ 1-1 PDCA■■■■■■■■ PDCA■■■■■■■ PDCA■■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■■ PDCA■■■ PDCA■■ PDCA■■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■■ PDCA■ PDCA■■ PDCA■ PDC
PDCA DE LA CONTROL DE LA CONTR

Doreen Do
"==="=================================
1.3.5
20 80 9 John Gould 1 BM 1 BM 2 BM 2 BM 2 BM 2 BM 2 BM 2 BM
2.0
■■■■UCD■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Associates Earthy Earthy Earthy
-==0==================================
-==1=====UCD=======UCD===================
-==2====UCD========UCD===================
-=3==UCD=================================
4-UCD=
[1]
1.3.6

1.4 💵
1.4.1
1.4.2
1.4.3
1.4.5
E2HHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHH

1.4.7
UCD
Eric Schaffer HFI
·UCD
Eric Schaffer
Polikoff
2.1 "■■■■■"
Joelland Barrier Barri
"=====================================
"===Mike======"Joe====Mike======Mike=Joe==================================

MINIMAN Mike MIJoe MINIMAN MIN
"—————————————————————————————————————
"===Joe=================================
2.2 ■■■■
■■■■■■■■PDCA■Plan Do Check
Action===============================

.......

2.2.2
2.2.3 *******
1.8888
2.
What where w
3.8888
3.8888
3.BBBB
3.BBB
3.BBBB #188888 #188888 #188888 #188888 #1888888 #1888888 #18888888 #188888888
3.EEEE 11
3.BBBB #188888 #188888 #188888 #188888 #1888888 #1888888 #18888888 #188888888

-

-=======
6 PeterFalk
Wharton Whatton Whatto
BERNARD "BERNARD BEITCH
EircvonHippel
·=====================================
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
■■■■■■■■■■■■■■■KnowledgeManagement,
KM
1

·=====================================
·=====================================
·=====================================
3. ************************************
Banks
·=========
·=====================================
2.2.4
1."■■■■■"
.======================================
·==========
2."■■■■"
3. "■■■ "

• 111 50 C D

·■10■■■■■5■■■■■■■25■■■■■15■■■■■15■■■■15■■■15■■×6=90■■■■25■■25■■×5=125■■■■■■■■■■■■■■125■■■■■■■
2.3 ■■■■
2.3.1
Exclusive, Collectively Exclusive Statement S
Diagram ####################################

1
2.
1======================================
3
1 workgroup workgroup
3 45° 45° 45° 45° 45° 45° 45° 45° 45° 45°
4
5
6
■ 2-1 ■■■
3.
1========
3======================================
4======================================
5

8
OmowaleCrenshaw OmowaleCrenshaw
2.3.2
20/8020%20%
Brainstorming Br
22822 22822 38822 88~128825~15882855~158888888888888888888
228888 228888 338888 38888 48888
228888 228888 338888 288~128888 248888
22 3 3 8 3 8 4 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9
22
######################################
#2##### #3##### #4##### #5##### #6#####
22
2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
2

3.
4.
2.3.3
BobBuchsbaum
 5W1H
30 30 30 30 30 30 30 30
MECE"
1.8888888

2.
3.222222
Acme Widgets
Widgets State Stat
"SET SELECTION OF THE SECOND S
■ 2-2 Acme Widgets■■■■
2.3.4
"=====================================
——Joshua Lederbery■■■■■■■1958■
- Lederbery
·=====================================
·=====================================
1.0000000000000000000000000000000000000
A. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3. 3
2.
A. B. B. B. B. B. C. B. B.
2.3.5
■■■BCG■■■
BCG

2.4
1========
2
3========
4
5
2.4.1
1.
3
4
2.
2 388888888 3888888888888888888888888888

3.
1======================================
2
3
4.
1======
2
6.
2.4.2
1.
1.=====
2.
2.8888
2.■■■ 3.■■■■
2.■■■ 3.■■■■ 3.■■■■ 29■■■■ 29■■■■ 29■■■■ 29■■■■ 29■■■■■ 29■■■■■ 29■■■■■ 29■■■■■ 30■■■■ 31■■■ 31■■ 31■■
2.
2.
2.BBBB 3.BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
2. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
2. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
2. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
2. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
2.
2
2

——Thomas Behrens
■Rational Edge
Unified Process■RUP■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Simpay
■ 2-3 Simpay■■■■■■
Simpay
·■■■Orange, Telefa Mes, T-Mobile■Vodafone■■
2-3-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-
■ 2-4 ■■■■Simpay■■
■ 2-4 ■■■■■Simpay■■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

Deferred Payment Name 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
Deletted Paymenta
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
.======================================
■■■■■■■2-4■■■Simpay■■■■■■Simpay■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 2-6 ■■■■■■■
Simpay Simpay Rule Rule Rule Rule Rule Rule Rule Rule
Simpay Si
1 ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
· BBBBSimpay BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
RUP

-
■ 2-8 ■■■■■■■■■
BM Rational Rose
2.4.3
John
Bradshaw ####################################
1.xxxxx

1.	
2.	
3.	
4.	
1.	
THEE xxx	
2	
2.5 ■■■■	
2.5.1	
1.	
======================================	
2.5.2	_
2.5.2 ==================================	

Peter Morville Louis Rosenfeld Laure Web Laure Control
3.1 " ■■■■■ "
6
"BERNALD TIME BER"Joe BERNALD
Joella de la companya del companya de la companya del companya de la companya de
Tim = Joe = " = = = = = = = = = = = = = = = = =
Tim
"BEBBBB"JoeBBBBTimBBBB"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
■■Tim■■■Sara■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.2
3.2.1
Match
3.2.2
·=====================================
.======
-======================================

1.888888
closed card-sorting
2.
3.
3-1
1-12
3.2.3
Visio Xmind
■■■Twitter■■■■■■■■
Twitter 3-1-3-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1
■ 3-1 Twitter■■■■
3.3
3.3.1
3.3.1 ******
3.3.1 ******
3.3.1 ==================================
3.3.1 ******* 1.****************************
3.3.1 ■■■■■■ 1.■■■■ 32 ■■■■■■
3.3.1 ==================================
3.3.1 3.1.1 3.1.1
3.3.1 ■■■■■■ 1.■■■■ 32 ■■■■■■ 33 ■■■■■■
3.3.1 ==================================
3.3.1 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =

5.■■■■

6.■■■
Shopping.com
Shopping.com■then Shopping.com■now
Amazon
Amazon≣then
Amazon≣now
Apple
Apple■now
Walmart
Walmart∎then Walmart∎now
Buy.com
Buy.com∎then Buy.com∎now
3.3.2 ■■■■■
Yahoo THE TOTAL TO
3.3.3
■■■■■■ Web 2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Flickr
■ 3-5 Flickr■■■■■■
3.3.4
■■■eBay■Amazon■■■■■■
eBay ■■■■■■ 3-6 ■■
■ 3-6 eBay■■■■■

■ 3-7 Amazon■■■■■■
3.4.1
3.4.2
Packard To the control of the contro

Amazon

3.4.3

• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
3.4.4 **********************************
Prototyping
Event
"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
1.Axure RP■Rapid Prototyping■
Axure
Axure Selection of the control of th
Axure
■ 3-8 Axure■■■■ 2.Microsoft Office Visio
Visio 2000 2000 2002 2002 2002 2002 2002 20
2003 Visio V
■ 3-9 Visio■■■■
■Axure ■■ Visio ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.Balsamiq Mockups
Balsamiq Mockups
Edition Management Specular Specular Professional Management Specular Professional Edition Management Specular Professional Research
■ 3-10 Mockups■■■■
3.5.1

=3=====
■4■■■■■■
3.5.2
3.5.3
3.5.4
======================================

======================================
Facebook
driven
■ 3-12 ■■■■■■■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Adam Mosseri
maximization
■ 3-13 ■■■■■■RFM■■■■■ ■ 3-13 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

Data informed, not data
driven
■ 3-14 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 3-15 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 3-17 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 3-18 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4.1 " ************************************
Alexander Doe
Alex
"BENNELLE BENNELLE B
Joe Man
"Alex
"Alex
"==== CE================================
"PDCA■"
" "
Alex
"====Alex======"Joe==============================
4.2
-======================================

4.2.1 ■■■■
Tullis Albert Tullis Albert Tullis Tu
4.2.2
■ 4-1 ■■■■■
XTERRES DE LA CAPTURE DE LA CA
OBSERVER XT
■ 4-2 ■■■■■■■
——Joanna Bawa
423

4.2.3 ■■■■

1.8888888
2.■■■■■Heuristics Evaluation■
5~8
3.
——www. svproduct.com
4.2.4
device
4.2.5
——Tom Tullis Bill Albert

——Tom Tullis∎Bill Albert■■■■■■■■
5.1 "Joe ************************************
"Joes Barring Max
"Max
"=====================================
"===Max=================================
Joellanden de "Maxenden de la companya de la compa
Max uuuuu Joe uu Max uuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuuu
5.2.1
5.2.2

5.2.3 ■■■■
table
5.2.4
· • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
Continue OK Up Down
5.2.5
■■■Windows System■■■■
■■■Jan Rojcek, Gabriel Tichy
THE STATE OF THE S
1.■■
2.■■
3.■■
5.3

5.3.1
■ 5-3 bird House
5-4 BONANZARIANA
■ 5-6 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 5-7 ■■■■■■Banner■■
■ 5-8 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
5.3.2
1.
2.

·===========
·=======
·=====================================
· BRES
■■■Google■■■■■■■■■
1.
Google
2.
4.
5.
Google Go
7.

10.■■■■
Google
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
——Be For Web
########Pad############################
iPad
■■iPad■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Example 2 Epicurious Example 2 Examp
Epicurious 5-9 5-9
■ 5-9 Epicurious■■
Whole Foods
■ 5-10 Whde Foods■■■■■■
■ 5-11 iOS■■■■■
2.
Barrer Pad Barrer Bar
Zite
·
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious 5-12 Zite 5-13 Zite 5-13 Zite 0 Delicious 1 Delicious
Reader Twitter Delicious D
Reader Twitter Delicious 5-12 Zite 5-13 Zite 5-13 Zite From Delicious De
Reader Twitter Delicious 5-12 Zite 5-13 Zite 15-13 Zite 16-13 Zite 16-14 OpenTable 16-14 OpenTable 15-15 Awesome Note
Reader Twitter Delicious Delicious 5 5-12 Zite 5 5-13 Zite 5 1 5-13 Zite 5 1 5-13 Zite 5 2 5-13 Zite 5 2 5-13 Zite 5 3 SECOND S 4 5-14 OpenTable 5 5-15 Awesome Note 5 6 S-15 Awesome Note 5 6 S-16 S 6 S 6 S 6 S 6 S 6 S 6 S 6 S
Reader Twitter Delicious Delicious 5 \$ 5-12 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5 \$ 5-14 Zite 5 \$ 5-14 OpenTable 5 \$ 5-14 OpenTable 5 \$ 5-15 Awesome Note 5 \$ 5-15 Awesome Note 5 \$ 5-16 Grocery Q
Reader Twitter Delicious 5 \$ 5-12 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5-13 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5 \$ 5-13 Zite 5 \$ 5-14 Zite 5 \$ 5-15 Zite 5
Reader Twitter Delicious 5 1 5-12 Zite 11 25-13 III Zite 11 3 III III III III III III III III III
Reader Twitter Delicious 5 1.5-12 Zite 11 2.5-13 Zite 11 3.11 3.11 4.5-14 OpenTable 15 5-16 Grocery Q 15 5-16 Grocery Q 15 6-17 6-18 6-19 6

■eBay■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 5-19 eBay■■■
Martha Stewart Living
■ 5-20 Martha Stewart Living■■
Post New York Times Zite
■ 5-21 ■■■■■■■
■ 5-21 ■■■
iPad Zite Zite Zite Zite Zite Zite Zite Zite
Explorer Exp
■ 5-22 Visualization Explorer
Exported Exp
■ 5-23 Pulse■■■
■ 5-24 Pulse■■■■
■ 5-25 Pulse■■■■■■■
7.
iPad Note
■ 5-26 ■■■■■
NASA NASA NASA NASA NASA NASA NASA NASA
5-27~ - 5-29 -
■ 5-27 Houzz
■ 5-28 Martha Stewart Living ■ 5-29 Flipboard
8.
Zite
■ 5-30 Zite■■■■■■
9.
10.
Jakob
Nielsen Ei Pad Brand Bra

■ 5-31 Zite■■■■■
Stewart Living
■ 5-32 Martha Stewart Living■■■■
Cool Hunting
■ 5-33 Cool Hunting■■
■ 5-34 iOS■■
■■■Microsoft■Apple■Google■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
——Alite
■■■■Microsoft

THE STATE OF THE
· ••••••••••••••••••••••••••••••••••••
ps =============================
■■■■Apple

Aqua Aqua Aqua Aqua Aqua Aqua Aqua Aqua
ps Apple App
■■■■Google
Jon Wiley-Google User Experience Designer
-■■Useful
• BBFast BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
- Simple
- BBEngaging BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
. Innovative I I I I I I I I I I I I I I I I I I I

•■■Universal■■■■■■■■
-■■Profitable■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
-■■Beautiful■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
-■■■Trustworthy■■■■■■■■
• Personable • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
Room
The state of the s
"Joe
"■■■■■"Joe
"======"Alex====================================
Mike
"■■■■■■"Mike■■■ "■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
6.2 ■■■■■■■
6.2.1
BELLE STATE Knowledge Discovery in Database,
KDD###################################
1.■■

B2C

A 001 B 01
.======================================
2.
■1■Plan■■■■
Kaushik Web Analytics An Hour a Day B2C
■3■Check■■■■
4 Action Action
3.
BURNESS
1.
B2C BBBBBBBBBBBBBBC-BBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
2.00000
6.3
6.3.1

6.3.2
BurgerKing
6.3.3
######################################
======================================
money
Cuptomo
Systems

be closing"■
6.4.1
0.4.1 ===================================
■6-1a■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
6.4.2 Management By Wandering Argund
■■■■■Management By Wandering Around, MBWA■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
· = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
6.5
6.5.1

6.5.2
6.5.3
XP
■ 6-2 Google■■■■■■■■——Correlate■■
■■Google■■Correlate■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■Correlate
■■■■■Omniture■■■■■■■■
——Sidney Song
Omniture Omn
tag Barring Boogle
Analytics Consider Co

Omniture**■■■■**

Webtrends
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Service WALLES WALLES GALLES G
Sciences Omniture Nasdaq Test Target Hall Hall Hall Hall Hall Hall Hall Commiture Omniture Insight
■ 6-4 Omniture■Nasdaq■■■■■■■■■■
DESCRIPTION Omniture WALLES BEST Of The Control
Omniture SiteCatalyst SearchCenter 207.net 207.net
Adobe
Omniture■■■■
Omniture Google
1.SiteCatalyst
SiteCatalyst
2.Discover
Segmentation Grant
3.SearchCenter
SearchCenter SearchCenter SearchCenter SiteCatalyst Discover Disco
4.Insight
Sciences ####################################
5.Site Search
Site Search GA Site Search
6.Test■Target
Test Test Target
7.Data Warehouse■ASI■Advanced Segment Insight■
Data Warehouse ASI
8.
Omniture
Genesis Omniture Double Click
Survey
Merchandising
Recommendations
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■SiteCatalyst
Omniture
■ 6-5 SiteCatalyst■■■■

GALLEDashboard Visitor GALLEDASHDOARD Omniture Omniture Paths 6-6
■ 6-6 SiteCatalyst■Paths■■
Paths GAENavigation Summary Entrance Paths Entrance Sources DELEGATION Street Catalyst pathing GAES GAES GAES GAES GAES GAES GAES GAES
■ 6-7 SiteCatalyst■Full Paths Report■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Engagement SiteCatalyst 6-8
■ 6-8 SiteCatalyst■Time on page■■
■GA■■■■■■■■SiteCatalyst■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■=========
■ 6-9 SiteCatalyst■■■■■■■
Data Warehouse
■ 6-10 SiteCatalyst■Data Warehouse■■
Data Warehouse GA Correlation Correlat
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 6-11 SiteCatalyst■Campaign■■
Campaign Campaign Compaign C
Omniture SiteCatalyst
■■Omniture SiteCatalyst■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
SiteCatalyst GA
1
SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst S
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 8.1 SiteCatalyst 9.1 SiteCatalyst 9.2 SiteCatalyst 9.3 SiteCatalyst 9.4 SiteCatalyst 9.5 SiteCatalyst
SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 8.3 SiteCatalyst 9.4 SiteCatalyst 9.5 SiteCatalyst
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 7.1 SiteCatalyst 8. SiteCatalyst 9. Omniture
SiteCatalyst SiteC
SiteCatalyst 7.1

page
1
2
3
4
Analytics
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
SiteCatalyst+Discover
Tenly
file and an analysis of the second se
■ 6-12 ■■■■■■■■■
1======================================
2
3 ROIS ROIS ROIS ROIS ROIS ROIS ROIS ROIS
4

6
Analytics UTM Google Analytics Link Tag
Google Analytics
Site Catalyst
SiteCatalyst Traffic props conversion evars+successful events
30
1
2
2
2
2
2

Analytics SiteCatalyst WebTrends WebTrends
Analytics 1.0
Why when the street of the str
■■■■■■■ A/B ■■■■■■■■■■ 6-14 ■■■■ A/B ■■■■■
■ 6-14 A/B■■■■
■■A/B■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Source Graphics Grap
1 ■■■ A/B ■■■■■■■■■■■■■■
2
3
Analytics
Apple
1
6
11=====================================

Analytics
■■■■■■■Flash■JavaScript■■■Google Analytics■Event Tracking■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Analytics Omniture SiteCatalyst
Analytics Analyst Adobe Site Catalyst Compiture
GA Event Tracking
######################################
SiteCatalyst
7.1 "■■■■■"
"Joe
"BEBAlex
Joe
Mike
Mike T "Joe The Table To The Table To T
" Alex Alex Ball Bal
" ************************************
"BEBBBBBMikeBBBBBBBBBB"
"•••••••••••••••••••••••••••••••••••••

7.2.1
7.2.2
7.2.3
■■■■■■■■■■■■■Sergio
Zyman = = = " = = = = = = = = = = = = = = =
7.2.4
"=="==================================
—————————————————————————————————————
Joseph = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
7.3
7.3.1
Development Develo
1======================================
3
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
ELECTION DE LE CONTROL DE LA C
7.3.2

Cooper Winning at New Product WELLERS WELLERS Robert
Cooper = 13 = 13 = 13 = 13 = 13 = 13 = 13 = 1
7.3.3
One
Google
7.3.4
1. ==
2.■ ■
3. 88
4. BB

6.■■■

7.88
8.■■
BERNALD PDCA
7.3.5
7.3.6
Berkun = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
7.3.7
Scott
Berkun Basa "Basa Basa "Basa Basa Basa Basa Ba
Scott
Berkun - Ber
1.
Email
2.■■
3.
4.■■
4.88
4. II 5. II
4.EE 5.EE *****************************
4. II 5. II

7.4.1
7.4.2
7.4.3
7.4.4
Kim
Clark To the control of the control
4 1 17 1 1111111111111111111111111111111

500
Google
Google 50
Google
■■■■■■■■■DoubleClick■Google■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Google
Google
Google
Google
Google
Google 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8 1.8
■■■Google——■■"■■■■"
Google
Google
■■■Google■API■Application Programming Interface■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Map THE
Google Map Google
Map Center Google Google Google Google
Google 99% AND
AdSense Google AdSense Google

8.1 "Joe RECORDED TO THE STATE OF THE STATE
"Joe
"IN THE STATE OF T
"BELLE "Joe BELLE PMD BELLE BE
"=====================================
"Mike The Table To Table The Table T
"Joe
"BBLeoBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
"======================================
"=====================================
Leolland Joelland Barrier Leolland Barrier Bar
8.2.1 EXPESTED SERVICE
2003 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
Williams Twitter White Twitter White

1971 1
Element of the control of the contro
■■■■■■■PEST■■■
P=====================================
E B B B B B B B B B B B B B B B B B B B
T 2003 2004 2005 2005 MPEG4 2007 GPS 2008 MPEG4 2008 MPEG4 2007 GPS 2008 MPEG4 2007 GP
EXPESTED BY A STATE OF THE STAT
8.2.2 ■■SWOT■■■■■■■■
SixDegrees 1997 SixDegrees SixDeg
BERNAMENTAL MANAGEMENT OF THE CONTROL OF THE CONTR
Porter Ball Ball Ball Ball Ball Ball Ball Bal
Porter
SWOT SWOT SWOT SWEEKINGTON WEAKNESSES
1.■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1. In the state of
1
1. LinkedIn Market Opportunity Analysis, MOA TO THE TOTAL TOTAL TO THE TOTAL TOTAL TO THE TOTAL TOT
1. InkedIn Ink
1. LinkedIn LinkedIn Market Opportunity Analysis, MOAL TENSOR TO THE TOTAL TO THE TOTAL TO THE TOTAL TO THE TOTAL
1
1
1
1.
1
1.

Bay
eBay
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Stalk■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
EB-EBSOELLE SOLLE
THE STREET BOOK OF THE STREET BO
Assessment
8.3
8.3.1 SPACE
1993
Position and Action Evaluation Matrix, SPACE
SPACE SPACE REPORT R. SPACE SP
1
2
3
4 4 4 4 4 5 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6 5 6
5 X Y X X X X X
6 SPACE SPACE XX, y
■ 8-1 SPACE■■■
■■■■■■■SPACE■■
8.3.2 ****** VGA ******
8848m
BESSEL BESSE BESSEL BESSE BESSE BESSEL BESSEL BESSE BESSEL BESSEL BESSEL BESSEL BESSEL BESSE BESSEL BESSE BESSE BE
VC
VCA
Benchmarking
practices ""

8.3.3 INDIANG SM INDIA
■SWOT■■■SPACE■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 8-2 ■■■■■GSM■■■
8.3.4 ************************************
——■■■-■■■Lewis Carroll
Strategic Planning Matrix, QSPM■■
QSPM
1
2
3 STATE OF THE STATE OF THE STATE OF THE SWOT STATE OF THE STATE OF TH
4
5TASTAS
QSPM
8.3.5
1.88
"==========
——Y. Allarie■M.Firsirotu
Starbucks 1971
2.
"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
——Richard Farson■■Management of the Absurd■Paradoxes in Leadership■
"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
——Scott Berkun

3
7======================================
Machiavellian
16~20
21~25
26~30
Scott Berkun
######################################
11 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
2
######################################
Scott Berkun
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################
######################################

·========
Collins Porras
Collins Porras 18
BELLEVIS OF THE STATE OF THE S
Drucker
·■■■■
·=====
·=====================================
·=======

9.1 " *** "
Joe
"TEPMDETERE
Best Regards
Joe"
Joe No. 1 Control of the Control of
"BEPMD BERNER
######################################
9.2 ■■■■
==-===
goal formulation
By Objectives, MBO■■
==-D-=================================
■■■-R-■■■■■==■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1993
======================================

■ 9-1 ■■■■■
9.3 ■■■
9.3.1
######################################
strategies ====
BERNALD BERNALD BERNA
■■■■■JanDyerTorsilieri■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Business The Control of the Control
Barrier Barrie
9.3.2 ■■■■
development Donald
Kress
1. ■■■■
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
·

CEO Casada Facilita Optimization
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
=="==="eBay====================================
Management of the control of the con
3-Clark==="=================================
.3.3 ■■■■
981
diversification strategy
diversification

ELECTION DE LA CONTROL DE LA C

1.

■■■■■■■■■■turnaround■■■■■■===============================
2.
3.■■■■
9.3.5
straight
1. I I I I I
…———— ■■■■130■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2.

10.1 "Joe ■■■■■ "
Joe
"Joe ■■■■■■■ "
"" Mike Mike Mike ""
" Joe Joe "
"=====================================
"
"======================================
10.2
10.2.1 ■■■■■
1996
======================================
2.
myopia
10.2.2

■ 10-1 ■■■■■
Levitt
10.2.3
"=====10=======10======================
——Pablo Picasso
Gilliam = = "= = = = = = = = = = = = = = = = =
1
Robert Cooper
2

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1996_8
3.
10.3 ■■■■
10.3.1 ■■■■■■
MAC
1.
3.■■■■
10.3.2
——William Morris■"The Beauty of Life"■1880■

BERNALDHAR DMAICE BERNALDHAR DMAICE BERNALDHAR DMAICE BERNALDHAR DA BARNAN BERNALDHAR BARNAN BERNAN BERNAN BERNAN BERNAL

■ 10-2 DMAIC■■■■■■■
ELECTRIC DE LA CONTROL DE LA C
1.
SIPOC
SIPOC
S Supplier S
P®Process®——®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®®
O■Output■——■■■■■■■
CECustomer ————————————————————————————————————
SIPOC SERVICE
2.
3.

4.

Base Base Base Base Plan Base Piloting Base Problem Base Prevention Base Base Base Base Base Base Base Base
5.
21
3.
4.
5.
9.
12. ■■■■■■■
10.4

.========
Do Check Action, PDCA
10.4.2
SEO ESEO ESEO ESEO ESEO ESEO ESEO ESEO
SEMENDED DE LA COMPANION DE LA
10.4.3

1.
 1975 1975 1953
######################################
Sense of Mastery
2007
■■Office 2007■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■10-4~■10-12■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 10-4 ■■Microsoft Word
■ 10-5 Word for Windows 2.0
■ 10-6 Microsoft Word 6.0
■ 10-7 Microsoft Word 95
■ 10-8 Microsoft Word 97
■ 10-9 Microsoft Word 2000
■ 10-10 Microsoft Word 2002
■ 10-11 Microsoft Word 2003
■ 10-12 Microsoft Word 2007
File Edit View Insert Format Word WORD WORD WORD WORD WORD WORD WORD WORD
1992■■toolbar■■■■■■■2■
1994■■toolbar■■■■■■■■■■
1995■■toolbar■■■■■■■9■
1996 toolbar 18 97 Word 18 toolbar 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18
1999 toolbar 23 23 22 23 24 25 25 26 26 26 26 26 26 26 26 26 26 26 26 26
2001 toolbar 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30
Office

XP 10-11 MS Word 2003 10-11 10-11
■ 10-13 Microsoft Word 2003■■■■■■
Mass WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW
Sense of mastery is gone
word toolbar menu menu menu menu menu menu menu menu
Office 2003
Research Design Tenets Prototypes Evaluation 10-14
■ 10-14 ■■■■■■
■■■■■■Learn from Real People■
• Office
The Fish
10-16 10-16 Access and use functionality
■ 10-16 Access use functionality
Sense of mastery is gone
-■■■30■■■■■■over 3 billion data sessions collected from Office users■■
•■■■■■200■sessions = 2 million sessions per day = 1
-■90■■■■■3.52■■Word■■■■■■over the last 90 days, weve tracked 352 million command bar clicks in Word■■
- 6000 data point We track nearly 6000 individual data points
1======================================
3
Excel Word PPT Outlook Office
PPT Delete Next SlideShow 11 10-17
■ 10-17 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

■ 10-18 ■■■■■■■■■■■■■■■
Commands length
■ 10-19 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
wision with the same of the sa
Coco Chanel
■■■Office07■UI■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
·■■■■■■■■■"■UI■■"smart"UI■
INCOME SECURITION

■■■■■■■flash
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 10-20 ■■■■
■ 10-21 ■■■■■■

-Beta Users

-Allecdotal Feedback
·Benchmarks and Metrics■■■■■■
·Observations and Interviews■■■■■■
·Usability Studies
·Card Sorts and Paper Prototypes■■■■■■■
-Surveys
·Longitudinal Usability Studies■■■■■■■■
-Long-term Deployment 5
-Truman Show■■■■■
-SQM■Customer Experience Improvement Program■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
.======================================
.======================================
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2007
- Card Sorts - Car
■ 10-22 ■■■■
·Feature Affinity Research■
-Command Loops■
-Beta Feedback■
·Longitudinal Usability■
Heat Map 10-22 Gaze tracking 10-23 10-23
■ 10-23 ■■ ■ 10-24 ■■■■■■■
10-24
-"Culture of Iteration"
Time to Iterate
·■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■Iongitudinal usability■■■■■■
■■■■■■■■■Pay off■■
■ 10-25 ■■■■■■■■■
10-26

BERNALD BERNAL
11.1 "■■■■"
Selection Joe Selection Selection of the selection of
"Joe
"Mike
1.■■
2.■■
3.
4.

■ 10-26 Office 2007■■■■■

11.3 ■■■——PDCA
PDCA WARREN WARR
PDCA
DESCRIPTION OF THE PROPERTY OF
DESCRIPTION
■ 11-1 ■■■■PDCA
■ PDCA ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
■ 11-2 IPD■■■■■PDCA
■■■■■PDCA■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
######################################
■ 11-3 ■■■■■■PDCA
Plan Plan Plan Plan Plan Plan Plan Plan
B PDCA B
BEPDCA
Wozniak BERNARD Apple BERNARD
BESSESSESSESSESSESSESSESSESSESSESSESSESS

31997-9
12.1 "■■■■■■■■
Mike Managara Joe Managara Managara Managara Managara Mike Managara Mike Managara Managara Managara Managara Ma
Best Regards Lea®
Joe"
12.2 ■■
Balland Balland Barty Border recommendation and Balland Balland
Siggelkow
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

"3335"——233333333333333333333333333333333
ELECTION DE LA CONTROL DE LA C
12.4 ■■
Barrier Agax
Google
Google
See See See See See See See See See See
Bull Google Bull Google Google Google
Google Go
Barrier Google Barri
Section Section 1. S
E"BBB" BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB

13.1 "■■■■■■"
ELECTION PMD ELECTION PMD ELECTION Joe ELECTION PMD ELECT
"BBBMikeBBBBBBBBBBBBBBBB"
B Joe B PMD
——James Bullock Roundtable on Project Management
Com
Scott Berkun Berku
188888888
2
3

1.8888888
2.
4.
2.
3.
4.
■■■Google■■■■■■■Google Product Development/Management Process■
■■Google■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Google
· ■■■■■■■ 50 ■■■
-=========
-======================================

-========
-■■■■■——Top 100■
·Google Google G
1~5 5 5 5 6 6 4 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6
4-5
-3
3~4
·180
-3
·===

-===
-
-■Google■■■■■■
·■demo■■■

■ 1927 ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Burnett
Channel ■■■■■■■■■■
14.1 "■■■■■"
Joe
Joe
14.2
■ 14-1 ■■■■■■■

.

14.3 ■■■■■
■■■■■Google■■■■■■■
■■■■■Quora■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■Google■■■Edward Ho■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1 ====================================
388888888888888888888888888888888888888
4======================================
5======================================
6

ISBN■978-7-111-47901-7
■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.1.1
1.1.3 11.3 11.3 11.3 11.3 11.3 11.3 11.
1.1.4
1.2
1.2.1
1.2.2

1.3 1.3.1 1.

1.3.2 """

```
1.3.3
1.3.4
1.4
1.4.1
1.4.2
1.4.3
1.5 | IBM
2
2.1
2.1.1
2.1.2
2.1.3
2.1.4
2.2
2.2.1
2.2.2
2.2.3
2.2.4
3
3.1
3.2
3.2.1
3.2.2 "
3.3
3.3.1
3.3.2
3.3.3
3.4
3.5
3.5.1
3.5.2 DNA
3.5.3
3.5.4
3.6
3.6.1
3.6.2
3.6.3
3.6.4
3.6.5
3.6.6
3.6.7
3.7
3.7.1
3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2 3.7.2
3.7.3
3.7.4
4
4.1
4.1.1
4.1.2
4.1.3
4.2
4.2.1
4.2.2
4.2.3
4.3
4.3.1
4.3.2
4.3.3
```

5.2 5.3 5.3.1 5.3.2 5.3.3 5.3.4 5.4 5.4.1 5.4.2 5.4.3 5.4.4 5.4.5 5.4.6 5.5 5.5.1 5.5.2 5.5.3 5.5.4 6 6.1 6.1.1 6.1.2 6.2 6.2.1 " 6.2.2 6.3 6.3.1 ■■■UI 6.3.2 6.4 6.5 6.5.1 6.5.2 6.5.3 6.5.4 6.5.5 6.6 7 7.1 7.1.1 7.1.2 PRD 7.2 7.2.1 7.2.2 7.3 7.3.1 7.3.2 " 7.3.3 ______"114" 7.3.4 8 8.1 8.1.1 8.1.2 8.2 8.2.1 8.2.2 8.2.3 8.3 •••

5

8.3.4 "
8.3.5 ******** 8.3.6 ************************************
——■■ Worktile■■■

-0~3
-3~6
· B B B B B B B B B B B B B B B B B B B

8.3.1 8.3.2 8.3.2 8.3.3

4~7====================================
thyang1984@sina.com
######################################
1.5 ■■■■■■■■——IBM■■■■■
1.1.1
1.1.2

1.8888888
<u></u>
2.
Home Home Home Home Home Home Home Home
Tesler
BURNANDANDANDANDANDANDANDANDANDANDANDANDAND
[1] ====================================
1.======
1.====================================
1.====================================
1
1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■
1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1
1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

Facebook
Qzone
1.1.4
1.
"=====================================
2.
IBM
3.■■■
2004
======================================
B2C B B B B B B B B B B B B B B B B B B

1.2.1
1.2.2
360
1.2.3
1.3.2

Reeves 1996
1.4.1
1.4.2
1.4.3

2009
2010
3000
1.5 ————————————————————————————————————
2.1
2.2
2.1
2.1.1
2.1.2

2.1.3
■ ■ 2 0 0 3 8 4 9 9 9 9 9 9 9 9 9 9
======================================
2 2013 22301302301301301301301301301301
2.
1000
BAT"
1 1995

1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1. 1
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
2.■■■■8848
2000
8848 8848 886000 886 886 886 886 886 886 886 886
3. 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
■■■■■■■■■■■■■■■■QQ■1999■2■■■■■■QQ■■■——■■■OICQ■■■■■■■■"QQ"■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■QQ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4.
5.
2000
6.
7.8888
■■■■Web1.0■Web2.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Woh1 0

SNS■■■■■■■■Social Networking Services■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
BELLESNS WEBS. OF THE STATE OF
1 30% 30% 30% 30% 30% 30% 30% 30% 30% 30%
- 2-1
[1]
DESCRIPTION OF THE PROPERTY OF

■6■■■■■ Арр
PCPC
1 =====================================
3
4 No. 10
Social So
2.2.3
1.88888
"■"■Web■Web 1.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2.0
2.

Facebook

1
2
3
2 2000 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3
######################################
3.1
3.2
"88"
1

3.2.1 ■■■■■
1.8888
2.
ENDED SENSON DE LA CONTROL DE
3-2
3-1
3-1
1
3
4
3-3
1 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
2
3
4=====================================

3.2.2 "
2.
1
2======================================
3
3
3.3
1=========
2
3
3.3.1
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
■■App■■■■■■■■■■■■App■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.3.2
1
3

==="xxx==="===========================
BERNARD BERNARD BERNARD BERNARD BERNARD "xxx BER" BERNARD BERN
PADELLE PADELLE LE
'×××==="===============================
4 (VVVV
4 "XXX IIII" — — — —
.3
Q=====================================
Q=====================================

2.
3.
200 200 200 200 200 200 200 200 200 20
СТО
3.5.2 ■■■■■DNA
==1===================================
1=======QQ=============================
2======================================
344444444DNA
488888888888888888888888888888888888888
3.5.3 ■■■■
1.
2. 3333
BAT
BENNERATE BATELLE BENNERAL BENNERA BENNERA BENNERAL BENNERAL BENNE
3.

Арр
3.5.4 ■■
1.=====================================
iPhone
2.
3.
Yahoo
4.
66666666
3.6.1
1======================================
2
3
4
5======================================
3.6.2
4======================================

5
3.6.3 ■■
1======================================
2
3======================================
4=====================================
3.6.4 ■■
1======================================
3======================================
4
5======================================
3.6.5
1======================================
2
3======================================
4======================================
3.6.6 ■■■■■
1
2
3
4======================================
5

3.6.7 ■■
1.8888888888888888888888888888888888888
App
2.

3. III —— III
3.7.1 == ================================
3.7.1 ==
3.7.1 == ================================

ELECTRIC DE LA CONTROL DE LA C
3.7.2 ■■■■■■■■■■■■■■■"■"
30
1
2
388888888888888888888888888888888888888
3.7.4
58======2005============================
58
58

4.1
4.2
4.3 •••••
4.1
4.1.1
4.1.2

Prada
4.2
4.2.1 ■■■■
1.

1
■4-2 ■■■■■■■■■
2
3
2."■■■■■■■■
"==="==================================
"==="==================================
3.8"8"8888"8"88

■3 ■■■■
1
2
■4-3 ■■■■■■■■
4.
######################################
4.2.2
1.
App
2. VS
4.2.3 ■■■■■■■
4.2.3
1
1
1
1
######################################
1
######################################
1
1
4.3.1 = 1

4.3.2 *****
1=====================================
2
3======================================
4======================================
4.3.3
===1==================================
QQ
■5■ ■■■■■ 5.1 ■■■■>■■■■>UI■■>■■■■
5.1 **** > **** > **** > **** > ****
5.1 ■■■■>■■■■>■■■■>■■■■ 5.2 ■■>■■>■■■>■■■■ 5.3 ■■■■■■■■
5.1 ■■■■>■■■■>■■■■>UI■■>■■■■ 5.2 ■■>■■>■■■>■■■■ 5.3 ■■■■■■■■ 5.4 ■■■■■■■■
5.1
5.1 ■■■■>■■■■>■■■■>UI■■>■■■■ 5.2 ■■>■■>■■==============================
5.1
5.1 ====>U ==>=============================
5.1 ====>===>>====>>=====================
5.1
5.1 ************************************
5.1 HHREN HEREN DUREN HEREN 5.2 HENNEN HEREN 5.3 HENNEN HEREN 5.4 HENNEN HEREN 5.5 HENNEN HE 1 HENNEN HEREN DUREN HEREN HE 1 HENNEN HEREN HEREN HE 2 HENNEN HEREN HEREN HE 2 HENNEN HEREN HEREN HE 2 HENNEN HEREN HEREN HE 3 HENNEN HEREN HEREN HE 3 HENNEN HEREN HEREN HE 3 HENNEN HEREN HEREN HEREN HE 3 HENNEN HEREN

Design	—User-centered	
5 -1 •••••••••••		
■■■■■■ 5-1 ■■ 5 ■■■■■■		
1	33	
2		
3		
5.2		
		اکک
_		
5-2		
1		
	iDayl	_
3	BREEF BREEF BREEF	
	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4		
4 	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4 4	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4 	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4	iPhone	
4	■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
4	iPhone	
4	iPhone	
4	iPhone	
4	######################################	
4		
4	######################################	
4	######################################	

######################################
■5-3 ■■■■■■
App
5.3.3
Face————————————————————————————————————
BEST STATES OF THE STATES OF T
5.3.4
————————————————————————————————————
5.4
1
3
98768
5.4.2 ■■

■5-4 ■■■■■
■ 5-5 ■■■■■

5.4.3 ■■■■■■

1======================================
2
5.4.4 ■■■■
======================================
■5-7 360■■■■
5.4.5 ■■
5.4.6 ■■■■

5-11
5.5 ■■■■■■
5.5.1
360
1
2

5.5.2
1
2 222222222222222222222222222222222222
■5-12 QQ■■■■■
3
■■5-15■■■■■■7■10■——8■10■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■5-15 *■■**■*■■■
■ 5-16 ■■■■■■■■■■
■5-17 **■■■ **
1
2
2

5.5.4 ■■■■
6.1
6.2 ■■■■■■■
6.4 ■■■■■■■
6.5
6.6
Experience UE
6.1
6.1.1
9
6.1.2
6.2.1 "■■■■"■■■■

2.
3.
6.2.2 ■■■■3■■
1.88888
1
2.
86-5
2003
3.
6-9-6-10
■ 6-9 ■■■■■■■■■ " ■■ "
6 -10 ••••••••••••••••••••••••••••••••••••

6.3.1 ■■■■UI
1
6 -13 ••••••••••••••
2 ■ UI ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■ 6-14 ■■■ " ■■■■■■■ " " ■■■■■■■
6-14
3■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4
■ 6-16 ■■■■■■
■ 6-17 ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
6
1.
TABLE
■6-19 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

2.■■■■

1888888888888888888888888888888888888
2
3======================================
= 6-21 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
■ 6-21 ■■■■■■■
2
■6-23 ■■■
4======================================
BERNAPCERE EN
■6-24 "■■"■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 6-25 ■■■■■■

"==="=================================
6.5
6.5.1 ■■■
======================================
■ 6-27 ■■■■■■■■
======================================
6.5.2 ■■
■6-30 ■■■■■■■■
■ 6-31 ■■■■■■
6.5.3 ■■■
■6-32 ■■■■■■
6.5.4 ■■■

-34

6.5.5 ■■■■

6-38-6-39
■ 6-39 ■■■■■■■■■■
■■■ ■"■■" iOS
ios 7±UI====================================
ios 7=UI===================================
ios 7=UI===================================
iOS 7UIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIIII
iOS 7 UIDURANDA APPARANDA
iOS 7=U ===================================
ios 7=UI===================================
iOS 7 UI
iOS 7 UI
10S 7=U
10S 7-UI

7.1

7.1.1

1
2
3
4
5
6
7888"8888"8888888888888888888888888888
7.1.2 PRD■■■
PRD
PRD####################################
PRD
■ 7-2 ■■■■■
1
2
4
■1■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 -
■ 7-3 ■■■
499
10 10 10 10 10 10 10 10
■ 7-5 ■■■■
■7-6 ■■■■1■■■■■■■
■7-7 ■■■■
■■■■■■■Post-Conditions■
 7-8
17-8
■■■■■■■Business Rules■
1
2.
44

7.2 ■■■■
7.2.1 ■■■
■■■■■■■■■■■WBS■work breakdown tructure■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
KICK OFF"
KICK OFF"■■■■■7-10■■■
7-10 "KICK OFF"■■
7.2.2
2
7-12 ====================================
2.
2.
2. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Dear all■

■7-13 ■■■■■
XX
7 -2 111111111111111111111111111111111111
■7-2 ■■■■■■
7.44.44.44.44.44.44.44.44.44.44.44.44.44
E CEO E E E CEO E E E E E E E E E E E E
7.3 ■■■■
7.3.1 ■■■■
■ 7-3 " ■■■ " ■■■
1
3
7
7.3.2 "■■■"■■
■7-14 "■■■"■■■■■■
■ 7-15 " ■■■ "■■
7.3.3 •••••• "114" ••
-1=====1==============================
-1
·4===4================================
■7-16 "114" ■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1

7.3.4
■7-5 IT■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1
3
1
3
4====+=================================

3
1
3
4
1=======
3======================================
1=====
2■product■■■
3■place■■■
4■promotion■■■
5■price■■■
2.
99888888888888888888888888888888888888
- 11
13
=16====================================
3. ■■■■■

1 9 19 19
4.
6~12
8.1
8.2
8.3 ■■"■■"■
8.1.1
10000

1.
2.
3.
5.
^ ====================================
8.2.1 ■■■■
■8-2 ■■■■■■■■■11■
8.2.2 **********
1.■■

2.
1
3.
4.■■
5.
8.2.3
1.
2.
0.7

8.3.1
1.
3.
BENERAL BOOK OF THE CONTROL OF THE
8.3.2 ■■■■
1.
1
1
2 ====================================
2
2
2
2
2
2
2
2
2
2
2
2

2.
8.3.5
8.3.6
■■■■■■■■■■■==========================
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
ISBN # 978-7-111-47954-3

8 8 9

7 1 5 1
8 3
9 6
10
8
11
12 9
13
1 4 11
15
1 16
17
18
■ 19 ■■ ■■■
20
21 RACI
24 3 3 3
25 9 9
26 3 3 3
27 3 3 3 3 4 3 4 3 4 3 4 4 5 5
29 8 8 8
■31 ■■ ■■■■
32
32 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8
33 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3
3 3 4 6 6
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33
33

1010
· 1 ~3 33333333
·■3~5■■■■■■■■
-
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1
30797419@qq.com
1
30797419@qq.com
11
30797419@qq.com
##################################
20797419@qq.com

400
13648 13648 13648 13648 13648 13648 13648 13648 13648 13648 13648
1 9158 11111111111111111111111111111111111

-======================================
"==="==================================
"=""="================================
######################################

taste
1.■■■
1======================================

~

=K====================================
4
KENNESSENSENSENSENSENSENSENSENSENSENSENSE
2.
1 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
EKENNENDENDE DE D
2
=K====================================
О
100
- Barrier Barr

Mackey 1978 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11
======================================
Barrier Wegmans Wegmans App
1
to machine
"=====================================

PC
30
150
00000000000000000000000000000000000000
Kananaa "100 Appanaa anaa anaa "anaa anaa anaa Appanaa anaa anaa anaa an
17K
·Total
·Hitbliss
·Tastemakerx
Free rice
Program 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
-Groundcrew
·Demohour
-Getjar
·Bump

■ ■21■■ ■■■■■■RACI■
ODBEKENDENDE PPTENDENDENDENDENDENDENDENDENDENDENDENDENDE
1.888888
BBS
100 100 100 100 100 100 100 100 100 100
7
9.
10.

1.
3-2
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
3-3
2.
3-4
======================================
1
3======================================
4
3.SWOT■■
SWOT====================================
BENEFIT OF THE STATE OF THE ST
■3-5 SWOT■■
4.PEST■■

PEST Second System Examples Second Social Examples Technological PEST Second Se

■3-6 PEST■■
ELECTRIC PROPERTY OF THE PROPE
■PEST■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■PEST■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
B2C
1
7.BCG
BCG Boston Consulting Group Growth-Share Matrix
188888888888888888888888888888888888888
3
4
■3-10 ■■■■■■■
8.
B2C

BBC
1VIP
B2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C
B2CC2C
9.
SWOTH PEST DE LA CONTRACTOR DE LA CONTRA
3-11

3.
-=====D===============================
A
■3-12 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

1.
2.
3-13-13-13-13-13-13-13-13-13-13-13-13-13
·
-Q====================================
·PC#MMOARPG####################################
-FCE WINDOARPGE ELECTRICAL EL ELECTRICAL EL
·======== ·===========================
·=====================================

.======================================
·=====================================
■■Free Rice■■■■
188888
-6=====================================
· ■■■■■■■■■■■■■■ 6 ■■■■■
2
188888
· BERNELL BERN
■■TastemakerX■■■■
1
2 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3
1=====
· BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
· Black Birchbox
3.SWOT■■
SWOT BEING BOOK BOOK BOOK BOOK BOOK BOOK BOOK BOO
■■■■■■■■SWOT■■■■3-14■■■
SWOT####################################
■3-14 ■■■■■■■■SWOT■■
-B
-·

1.
■1■SWOT■■
SWOTEN SW
■4■PEST■■
Agriculture
2013 = " = = = = = = = = = = = = = = = = =
DEPEST DE LE COMPANIE COMPANIE DE LA COMPANIE DEL COMPANIE DEL COMPANIE DE LA COM
3-15
2.
••••••••••••••••••••••••••••••••••••••
• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
1.88

102
C2B
2.■■■SMART■■
SMART
3.8888888
SMART
==12===================================
3-16
4.
 40
BURNESS STATE SMARTH BURNESS STATES STATE
1.

2.
######################################
######################################

■■■■■■■=3/10×100%=30%■B■■■=4/10×100%=40%■C■■=2/10×100%=20%■D■■=1/10×100%=10%■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
======================================
K12■■■■■■■■■Kindergarten■■■2~6■■■■■■■ grade 12■■■17~18■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
·
·=====================================

1.■■■■
Facebook
3 4 5555
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Offline
QQQQ
2.
100
THE THE TAXABLE PROPERTY OF TA
■■■ARPPU■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
200 ARPPU 100 = = 200×20%×100=4000
= ====================================

■■■■■■■■■■■■■■×LTV
100=100×100×100×100×100×100×100×100×100×
1616
0~1
=100==================================
2~3■■■■■
■■■■■■■=1000■×20%×20■×10%=400■
==LTV×====7================================
4~5
■■■■■■■=10000■×20%×20■×10%=4000■
■■■=7■×0.1■×600s/30s×400■×10%=560■
3.■■■
3-19
■3-19 1■■■■■■■
2~3
1.■■■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1
1
1.
1.==== 1.==== 1.==== 1.==== 1.====
1.REED 1.REED
1.EEEE 2.EEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEEE

2.■■■■■
■3-20 ■■■■■■ 3.■■■■■■
■1■■■Avoidance■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■2■■■Transference■
■3■■■Mitigation■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■4■■■Acceptance■
21 =
######################################
■3-21 RACI■ RACI■■R■■Responsible■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

1.
-MyCube
••••••••••••••••••••••••••••••••••••••
■3-22 ■■■■■
Roadmap Roadmap
3-24
■3-24 ■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2.
■3-25 ■■■■■

44 188 " 188
2.■■■
·■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
·=====================================
· I I I I I I I I I I I I I I I I I I I

######################################	5.
######################################	
PESTER	·=====================================
C.BE	-PEST
6 III 7. IIIIIII 8. IIIIIII 8. IIIIIII 8. IIIIIII 8. IIIIIII 8. IIIIIIII 8. IIIIIIII 8. IIIIIIIII 8. IIIIIIIIII	
7. # # # # # # # # # # # # # # # # # # #	
7 ************************************	6.■■
2: 11112 - 11111 2: 11112 - 11111 2: 11112 - 11111 2: 11112 - 11111 3: 11111 3: 11111 3: 111	
######################################	7.88888
### ##################################	
######################################	
	110-100 - 110-100 - 110-100-100-100-100-100-100-100-100-10
######################################	
#33###################################	
#3####################################	■2■■■■■> 1
######################################	
######################################	
======================================	3■■■■■ >40%
	■■■=■■■■/■■■■*100%
######################################	.======================================
######################################	
30	
30	
##LTV>3CPA LTV=20 ##CPA=80 ###LTV>3CPA LTV>CPA####################################	
■4■LTV>3CPA LTV■■■■■■■CPA■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 30 3
LTV=20 CPA=80	40%
LTV>CPA	■4■LTV>3CPA
LTV>CPARENTER REPORT NOT THE REPORT	LTV====================================
	LIV =20 LIV =
24 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	LTV>CPA

1 ######
======================================
·=====================================
·=====================================
■4-1 ■■■■■■■
2.
1======================================
2
3======================================
4-2
3.8888888
CEO
■4-3 ■■■■■■■■
BBO

1.
2.
1~3
=1====
■4-5 ■■■■
■4-6 ■■■
3.

4.
5.■■■■
4-4
6.■■■■
7.
8.
■■■■■■■■■■■100■■1■■■■■10%~30%■■■■■10%~30%■■■■■10%~30%■■■■■2000■■1■■■

Product■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.
Nicken 10 1 2 1 1 1 2 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
Nielsen
■4-8 ■■■■■
2.
4 4-10 ************************************
######################################
######################################
4-11
■4-11 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
######################################
######################################
#4-11 ##################################
#4-11 ##################################
#4-11 ##################################

■4-13 MVP■■■■■■

21 33 34 35 36 37 37 37 37 37 37 37 37
5 -11
2013
■5-1 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
######################################
——————————————————————————————————————

Apparation of the second secon

■PM■ 10■17■02
krrishyan 10∎18∎27
■PM■ 10■19■25
krrishyan 10∎19∎52
■PM■ 10■21■20
krrishyan 10∎22∎00
■PM■ 10■23■05
krrishyan 10■26■08
■PM■ 10■28■18
krrishyan 10∎31∎49
■PM■ 10■32■28
kano■■■

K101010101010_
1.■■■
-
3.■■■
4.■■■

5.
Trends Description of the control of
Duigg The Control of
6.■■■
1921
1.
27 28 28 28 28 28 28 28 28 28 28 28 28 28
3.KANO
ENDEKANO ENDER ENDE ENDE ENDE ENDE ENDE ENDE END
E KANO BIBER
■5-1 KANO■■■■■■■
Manust-have
4.

5-4
■5-4 ■■■■
5.PK■
PK
————————————————————————————————————
6.
7.888
8.
App
ENDERSON SERVICIONES KANOBARAN PKARANAN PKARA
1====
3
4 ■■■ .exe ■ ■
5■■skin
7======
11====
12■QQ■■

■ 5-5 ■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
13 QQ Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q Q
#70 E
====QQ=======QQ=======================
■■■KANO■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
QQ
BURNAL STATE OF THE STATE OF T
######################################

B BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB

B B B B B B B B B B B B B B B B B B B
3.
Sequence The state of the
2 5~7 333333333333333333333333333333333333
 55 55 55
2.
2.■■■
2.■■■ 2.■■■■ 5-2 ■■■■■

5-6

- BERNALD BROWN BR
·Ticket
· ■■■■■■■■■■■■=========================
·UED
Trac Jira Trac Jira Trac Trac Trac Trac Trac Trac Trac Tr
■ ■38■■ ■■App■■■11■■■
OBBERTAL BROWN AND AND AND AND AND AND AND AND AND AN

1.8888
1.==== ================================
■6-1 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3. 888
App
4. 3 3 3 3
4
■6-4 Haze■■■■■
Haze
ENDER DE LA CONTROL DE LA CONT
■6-5 Rando■■■■■ ■BRando■■■■■■="■■■"■■■■■■Like■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
6.■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

6-7

GoogleNike+
0
1.88888888

$ \rightarrow \blacksquare $
Арр
App 6-9
■ 6-9 ■■■■■■■
App App
6-10 icon
3.8888888
■ 6-11 ■■ ■
34 K
######################################
1.=== App
1.=== 1.==== 1.==== 1.==== 1.==== 1.==== 1.==== 1.==== 1.===== 1.===== 1.===== 1.========
34== ==================================

3.

Арр
4.

5. ■■■
■■■■App■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
App
6.■■■
App
======================================
1.
1.■■■ 24■■■■■■24■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1
1.■■ 1.■■ App App App 10 10 10 10 10 10 10 10 10
1
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1
1.■■ 1.■■ 24 App App 10 10 App 10 App 10 App
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ App ■ ■ ■ App ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

■ 6-13 ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
■ 6-13 ■■■■
■■■■■■■■■■iPhone■App■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
######################################
■■6-15■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■ "x"■■■■■■■
1
App
2.
■6-18 ■ta■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
В Арр
■ Дрр — ■ По — — ■ По — — ■ По — — — — — — — — — — — — — — — — — —
■6-19 ■■■■
3.

4.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■6-21■■■
■6-21 ■■■■■■■
————————————————————————————————————
■○■■K■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■38■■ ■■App■■■11■■■
— Арр
1.■■
■6-22 ■■■■■
-BBBTabBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
· IIII Web III Web III Tab III III III III III III III III III I
■6-23 ■■■■
2.■■
■6-24 ■■

3.
■6-25 ■■■■■
■■6-25■■■■■■■■■■
·
4.■■
———————— 6-26 ——
■6-26 ■■
■■6-26■■■■■■■■■
-
5.■■
 6-27
■6-27 ■■
■■6-27■■■■■■■■
· ■■■■■■3■■■■■■
· ■■■■■■3■■■■■■
6.■■
■ 6-28 ■■

7.■■
 6-29
6-29
· • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
• In the second
icon
■6-29 ■■
8.■■
 6-30
6 -30
· ————————————————————————————————————
· • demo
.======================================
.======================================
■6-30 ■■
9.■■
■■■■■■■■ 6-31 ■■
•• 6-31
■ 6-31 ■■
10.
■6-32 ■■■■
■ 6-32 ■ ■ ■ ■ ■ ■
-======================================

11.Idiot Box
■■■■■■■■Idiot Box■■6-33■■■
■6-33 Idiot Box
1.■■
■3. ■ 1954 ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
2.■■
■■MyCube■■■■■■■■■■■■■6-34■■■
■6-34 MyCube
MyCube = = # = = + = = # = = = = = = = = = = =
3.
■36kr
■6-35 ■■■
4.■■
Q+ Q+ Q+ Q+ Q+ Q+ Q+ Q+
■6-36 ■■■6■■■
5.■■

■ 6-37 ■■■■■■■
6.■■
6 -38
6-38
■6-38 ■■■■■■■■
UEDK
•о•••••к••••••о••••••
O AARRE Acquisition Activation Retention Retention
AARRE MANAGEMENT OF THE CONTROL OF T
■7-1 ■■■■
1.■■■■
·=====================================

- III Salesforce Do.com
anding
page
App
·■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Android iOS
91
10000
————————————————————————————————————
MAU

-VIP======QQ======QQ=====================

3.
App
■■■=■■■■ × 100%
Facebook ###################################
·

4.
4.
4.
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4.■■■
4.
4.
4.
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4. ■■■
4. ■■■■
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

K=====================================
ENDED TO SECOND
10000 100000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 100000 10000 100000 10000 10000 10000 10000 10000 10000 100000 100
ODDEK DE
===O==================================
————————————————————————————————————
■7-2 ■■■■
1.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
·

2.

.

Hitbliss
5.
- I I I I I I I I I I I I I I I I I I I
App Store
■7-3 ■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
,■■■■y=f■x■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■
□ 7-4 ■ ■ ■ ■ □ □ ■ □ ■ □ ■ □ ■ □ ■ □ ■ □ ■
17-4
■ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □
######################################
2-4 = 1 = -2 = -2 = -2 = -2 = -2 = -2 = -2
T7-4 ■■■■ T7-4 ■■■■ T7-4 ■■■ T7-4 ■■■■ T7-4 ■■■ T7-5 ■■■■ T7-5 ■■■■ T7-5 ■■■■ T7-5 ■■■ T7-5 ■■ T7-5 ■■
27-4 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
7-4 ■■■■ Y
#####################################

OO
Flickr ≡ Facebook ■ Digg ■ Twitter ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.
UGC
4488 58888888
O=====================================

■■=■■■■×■■■×ARPPU

.===
-ARPPU
ARPPULLER ARPPULL
ARPPURARE SERVICE SERV
2.
■■■■Hypothesis Testing■■■■■■■Significance
Testing Testin
·H0
·H1 ■■■■■alternative hypothesis■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
$\mu=\mu_0$
3.
#####chi-square test######x 2
r ₁ =1000/10000=10%
r ₂ =3000/20000=15%
■■10000■1000■■■20000■3000■■■■■■■■■■■■■■■
■ 7-8 ■■■
95%
4.Τ■■
Tabat Testalana and a same and a
THE REPORT OF TH
5.
■■■=■■■■■×■ARPPU
ARPPU
ARPPU=3
O
App
AARRE AA

AARRR AARRA AARRA AARRA AARRA AARAA AA
10 00000000000000000000000000000000000
BERNAMAN AND STATE OF THE STATE
■■=logmax _{■■} ■■
19634 3068 = 81.2% 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
AARRE
15====================================
1.88888
1.■■■■■ ###############################
1.■■■■■ ###############################
1.■■■■■
1.
1
1.
1.
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■■ 1. ■■■■■■■ 1. ■■■■■■■■■■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■■■■■

■7-10 ■■A■■■■■■

■■■A■■■■■■■■■■■■117.22%■
—————————————————————————————————————
■7-11 ■■B■■■■
■7-5 ■■■■
————————————————————— 7-12 ——
■7-12 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
——————————————————————— 7-13 ——
■7-13 ■■■■■■■■■■
BERNAMEN AND STATE OF THE STAT
1.
■■■■■■■0-1■■■■■■■■ [0 ■1]■■■■■ min-max ■■■■■
x ==x-min=/=max-min=

ΖΕΕΙΕΙΕΙΕΣ *= Ξ Χ-μ Ξ /σ ΞΕΕ μ ΞΕΙΕ
2.
—————————————————————————————————————
■■■■■■4■■■min-max■■■■■■10■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■ 7-6 ■■■■■■■

0.4 L 0.25 L 0.2 L 0.15 L 1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.
3.

OKABB
1.88888888
■7-9 ■■■■■■■■
 min-max [0 1] [0 1] [0 1]
2.88488888
7-10
■7-10 ■■4■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
43 * * ** *******************
■ 7-15 ■■■ 4 ■■■■
1. SMA SMA SMA SA 1 = X 1 + X 2 + X 3 + + X n S / n S MA S
1
1
1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 3. ■■■■■■ 3. ■■■■■■ 4. ■■■■■■■ 4. ■■■■■■■ 5. ■■■■■■■ 6. ■■■■■■ 7-11 ■■■■■■ 2. ■■■■■■ 2. ■■■■■■
1
1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 1. ■■■■■■ 2. ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

■7-16 P■■■■
· • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
4.X-MR■■■
X-MR
■7-17 X-MR■■■■■
T-17
$\blacksquare \blacksquare \blacksquare MR = X_i - X_i - 1 $
X_CL=■■■■■■/1515■■■
X_UCL= ======= +3×MR ==== /d ₂ = ===== +2.66×MR ===
X_LCL= ======= -3×MR ==== /d ₂ = ======= -2.66×MR ===
MR_CL=MR■■■/14
14=■■■-1
MR_UCL=D ₄ ×MR■■■=3.267×MR■■■
MR_LCL=D ₃ ×MR■■■=0
======================================
Roseonly
, ======K==========K===================

SBN■978-7-111-51516-6	
2015	
■■■■+ 86-10-68995265	
■■■■service@bbbvip.com	
■■■■www.hzmedia.com.cn	
INNE INNE IN INC.	
■	
-	
33 	
04	
06 	
77 	
08 ************************************	
3	
15 ••••••••••••••••••••••••••••••••••••	
6 	
7.5 	
20	
21 	
23	
24 111171	
25 	
26	
27 	
31 ■■MIUI■■■■■■■■■■■■	

34 ************************************
36 ************************************
37 37 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10
42 ************
43 ••••••••
44
45
46 ••••••4••••
48 3
2014 17 - 18 B LUES - 18 BLUES -
BLUES
40
48
======================================
2005
BLUES
Ada

80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 8
######################################
■■
"BBB"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
BBLUES BB
2 222222
1

3
4======================================
QQQQ
5
7
B BLUES B BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
—— ——
— =
—— 333
—— ■■
10

■■
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
======================================
——————————————————————————————————————
4
2.
3.
BBB*(P+BB*)**********************************
======================================

■■■■■nyx951506748■■■■■■
1.
PC PROPERTY OF THE POST OF THE
Windows Window Windows Windows Windows Windows Windows Windows Windows Window Windows
3.=====================================
————————————————————————————————————
2.
■■■Viki■

"==="=================================
■■■■■■TechWeb■
B"####################################
SeewoLink"
SeewoLink"
[1] ■■■■■-■■■AI Ries■■■■-■■■■Jack Trout■■■■■■■Positioning■■
2 3 ■■■■■
4
5
7======================================
9■■■■■
1.■■■
2. ■■■■■

3.■■■■

4.■■■■
5.■■■■
6.
"======================================
7.
1.0 1111111111111 Web
9.■■■■
"======================================

"———"——————————————————————————————————
*
2
"■■■ 'Don't make me think' ■■■■■■■■■■■ "

100
"=="==================================
2■■■■■
¥

.

MG MG MG
1
MG M
MG MANAGEMENT OF THE CONTROL OF THE

SEMSEMQQQQ
1
"=="==================================

2
"=="==="==============================
35"5555"5555
·■■/■■■B■■■
1
3
4
1
2
3

1=========
1 = = = = / = / = / = = = = = = = = = =
A1
A
388888888888888888888888888888888888888
THE THE TAX TO THE TAX
KPIKPI
4
[1]
Web Type The Control of the Control
WELL STATES OF THE STATES OF T
Web
9 7
######################################
9=7===================================
997
9=7===================================

2013
Barrana Barrana Barrana
YYEEWeb WEB
belonging belonging between belonging between belonging
Web App Solution
HOUSE365-365
2 4444 3 4444
4
5 33333

2
======================================
■■■■http://www.pengyangyang.com/■

.....

■■■■■■■■■■■Things
"SECOND TO SECOND TO SECON
1 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =
1.

××
11
11
######################################
#1####################################
#1 ###################################
220000 220000 33000000 3300000000000
######################################

1
3
2010
2 2013
2012

"=====""==============================

12
owner Carlotte Committee C
App
■■■TJ567765■
Ruby Matz Matz Muse Muse Muse Muse Muse Muse Muse Muse

134
■■■wuweidi2014■
Excelled PPT
1
######################################
2012

1=======
3
PRD
######################################
######################################
14
14

3======================================
4======================================
5 ====================================
1.
AND Axure AND
2.■■■■■
3.88888
· ====================================
4. BBBBB
4. =====
4. ■■■■■■
4. =====
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4. ■■■■■■
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4. ■■■■■■
4. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
4.
4.======
4.

■■■■■zchening■	

Zchening	
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
######################################	0
1. ===	
2.	
###WOW"################################	
1	
2	
3	
4=====================================	'
16 ■■■■■■■■■■■■""	

■■■■■■■■■■ "bear-says" ■"■■■
"===="=================================
2011
NAS-HTPC
" "
1.
PC P
2.
3.8888
[1] MARE Me Think
17 5
360

1
3
PC P
1
2
3
4
2013
Onebox 360 360 360 360 360 360 360 360 360 360
111 2014 111 4 "ALS 111 11" " 111 1" " " " " " " " " " " " " " " " " "
Onebox 360 360 360 360 360 360 360 360 360 360
1. Onebox
Onebox
2.
②
3
4 ========== Onebox =====
3.
4.
1 = = = = = = = = = = = = = = = = = = =

"BERNE" BERNE BERNE BERNE BERNE Web
1 Don't make me think Steve Krug
=
■■■pishun86■
Logo
[1]
[2]
19
Security umao security securi

1.8888888888888888888888888888888888888
2.
Schwartz 2004
[1] ************** . ******** . 2013 ** [2] ********** . ******* . 2013 **

■■■■■minidrupal■
Less is more"
New Market Control of the Contro
2011 CF LOL QT CF
CF C
1.
EXCENSION
CF
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Must Must Must Must Must Must Make Make Make Make Make Make Make Make
Must Must Must Must Must Must Must Must
Must Must Must Must Must Must Make Make Make Make Make Make Make Make
Must Must Must Must Must Must Must Must
Must Should Nice to have Must Must Must Must Must Must Must Must
######################################
Must Should Nice to have 3 3 5
21
21
21
21
21 Same giarong0208 Same giarong0 Same same giarong same gi

2013 . 7
0~3s
2222222222222222222222222222222222222
3.
.======================================
22
■■■ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
B2C 020
B2C 020
B2C 020
B2C 020
######################################
B2C 020
B2C 020
B2C 020
B2C 02O 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11
B2C 020
######################################

1======================================
2 ====================================
Web====================================
2. ■■■■■■■■
3.■■■■■■■■■
4.888888888888888888888888888888888888
4======================================
[1] ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
23
■■■Elena.J.Wong■
■■■■■huangjia920■

Less is more ************************************
Law Tesler's
more The state of
[1]
[2] ■■■・■■Donald Arthur Norman 1935 12 25 12 12 12 13 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14 14
24
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
■■Cocohns@gmail.com
1======================================

5
7
■■■■■■tv.iflytek.com ■

====
Android QQ
====

<u>11</u>
27
■■■■terryyaoqiang■
"
188888888888
2======================================

2
3
25~40
1
3
28
7.0 111111111111111111111111111111111111
Gestalt

======================================
==== =================================

1======================================
2
30
===2011=7===============================
2 33333333333333333333333 100GB 3333
■■Alex■■■■■■115■■90%■■■PV■■■■■■■■
3 3 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5
4

5 3333331333333333333333333333333333333
8======================================
9
10=17==================================
■■■■■■■■ PV ■■■■2■■■■■■3 0■■■
2011
ENDERDED BANKER BERNER
50~100
1======================================
2 222222222222222222222222222222222222
2012
PV 200 + 200 = 200 = 4

2.
3.
30KB/s
150kbit/s 150kbit/s 150kbit/s 150kbit/s 150kbit/s 150kbit/s
■■■Blues■
1999 S S S S S S S S S S S S S S S S S S
2014
Blues MIUI MINIS M
5000
MIUI
######################################
Blues
"BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB

MIUI
MIUI=10==================================
■■■■MIUI■198■■■■■■■4.7.25■■■■■■■■■■■■■■■■MIUI■2014■7■25■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1======================================
4======================================
MIUI = 198 =======
MIUI
MIUI 198
3 TOTA TOTAL
4========
MIUI 4.7.25
1000 MIUI MIUI MIUI MIUI MIUI MIUI MIUI M
MIUI 4.7.25

32
— Java — — — — — — — — — — — — — — — — — —
wdq233 nuomizhou_com
1.

2.
Cagan
[1] ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
ELECTOR DE CEORDE CEORDE CEORDE CEORDE CEORDE CONTRA DE CONTRA DE CONTRA DE CEORDE CEO
1======================================
3
■■■■■■2011■Tumblr■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

======================================
1======================================
2
3
1======================================
2
3
34

BBS 44 BBS 24 2013 BBS 2014 BB
1 000 1 0000 1 0000 1 0000 1 00000 1 00000000

App
1.
кккккк
1
3
20 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80 80
2.
Арр
1
3
3.

BERNA PP BERNAR BERNAR BERNAR
1
TFBOYS AND
1
——— Арр ———————————————————————————————

Ine recnnium
35

UNITED AND AND AND AND AND AND AND AND AND AN
1.■■■
2.■■■
BERNAMAN SWOTE PESTERS AND SERVICE STATES AND SERVI
3.■■■
/
4. 11
======================================
5.888
36

matters OMTM TO THE TOTAL CONTROL OF THE TOTAL CONT
1======================================
3
1========
2
3
BUILDMTMBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0
3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0 3.0
40%
3.0

[1] ■■■■■Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster■■Alistair Croll, Benjamin Yoskovitz■■O'Reilly Media■2013■3■■■
— "************************************
1.
2.
1. 888888888888
======================================
====424====B==280======A============================
A/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/BA/B_A/B

86,78%
38

Management Platform
■■■■■frankie-gao■
====
1.88888
■■■http://www.rtbchina.com/china-display-ad-tech-ecosystem
■Data Suppliers&Data
Management
2.
Curve Control
Curve
[1]
39 ————————————
■■■■■■■Bruce■
B2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C BB2C

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
15WOM
SEO
1.
Monkeysurvey Monkeysurvey
80%
2.
test and an analysis and an an
3.
NPV=∑■CI-CO■■1+i■^■-t■
4.
ELECTRIC CRIME CRI
15% 115% 117% 117% 117% 117% 117% 117% 1
5.WOM
WOMENDEWOM=####################################
15
■15■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
[1]
40
YY====================================
■■■■■ cuikaibb

==SNS=================================
YY====================================

1
2.
2.
3
3
3
4
######################################
3. E
3
3. — — — — — — — — — — — — — — — — — — —
4
3

41
2012—2014
App

[1] ************************************
■■■■■SimonK■
■■■■99810370■ ■■■
@=====================================

④■■■②■③■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1======================================
3
4======================================
2
2 ====== 3 =======

43
2009

2011

1
Betty

44
■■■kevin_xu■

1======================================
$\blacksquare \blacksquare $
Calendar Bull Bull Bull Bull Bull Bull Bull Bul

45
·=====
1.8888
1======================================
2 DEFENDED DE LE SOMPE DE LE S
3 THE THE TAXABLE THE TAXABLE THE TAXABLE TAXA
1
3======================================
4
2.
3.

4.
1
App
46
12 12 12 15 15 15 16 17 17 17 17 17 17 17 17
1 15
2
3 12 12 15 15 15 16 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17 17
4
BERNALD BOOK FOR THE STATE OF
2011
MacQQ===================================

Bug 100% Bug 100% B
V1.1.0
- Barana bugana and Barana bugan
$ \begin{array}{c} \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \to \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \\ \hline \textbf{fix} \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \blacksquare \\ \hline \end{array} $
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
 500
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2011■6■23■■QQ For Mac
V1.1.0
7■15■■■■leader■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
9 11 12 Q For Mac V1.2.0
10 ■ 9 ■■■■■■■■■■■■■■■ QQ For Mac
V1.3.0 MARK MARK MARK MARK MARK MARK MARK MARK
12 12 13 14 16 17 17 18 18 18 18 18 18 18 18
MacQQ
-======================================

47
■■■Nili■
======================================
wording
2. 8888
======================================

BERNARD BERNARD KPIERRE BERNARD BERNARD BERNARD BERNARD BERNARD KPIERRE WERE BERNARD B
YY BERNER BERNER BERNER BYY HDEEPade YY BERNER BYY BERNER PC BERNER BERN
1.88888888888
1======================================
2

4
1~=3===================================
1
3
4
5 YY
78888888888
1
3888888
4
7888888
1======================================
3======================================
3.
1======================================
3
4

DESENSE SE S
Ellekant la
3.

6■Web 2.0■■■■■■■■Web 1.0■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
7#SSD####/#####
■■■■ zhqingliang ■

2013
2012
■■■yangqing4897■
Kevin Kelly
Kelly
Kelly Alan Kay Technology is anything that was invented after you were born Danny Hillis Technology is anything that doesn't quite work yet. Kelly Kevin
######################################
■■■■■■Kevin
Kelly
ENDEKevin KellyENE BROKEN BROK
Kelly

■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn
■■■■■■■■■■■■■■hzebook■
■■■■■■■YC■■■Paul
Graham ###################################
FE SUBSECTION OF THE STATE OF T

"Independent of the control of the c
######################################
Macbook air
Macbook air

Azure

• • • • • • • • • • • • • • • • • • •
Azure
Bernstein Bernstein Bazure Bernstein Bernstein Bernstein Brupale Bernstein B
A A A A A A A A A A A A A A A A A A A
■■■ Dashboard Dashboard Dashbard Dashbard Dashbard Dashbard Dashboard Dashbard Dash
Azure Ballanda Ballan
Azure
Azure

BENEFIT OF THE STATE OF THE ST
Barana and an analysis and an analysis
Azure
Relic

ISBN■978-7-111-39065-7
■■■■+ 86-10-68995265
■■■■service@bbbvip.com
■■■■www.hzmedia.com.cn
■■■■■■■■■■■■hzebook■

1.1 1.1.1 1.1.2 1.2 1.2.1 1.2.2 1.3 1.3.1 1.3.2 1.3.3 1.4 1.4.1 1.4.2 1.4.3 1.5 1.5.1 1.5.2 1.5.3 2 2.1 2.1.1 2.1.2 2.2 2.2.1 2.2.2 2.2.3 2.2.4 2.3 2.3.1 2.3.2 2.3.3 2.4 2.4.1 2.4.2 2.4.3 2.4.4 2.4.5 2.5 2.5.1 Groupon 2.5.2 Flickr 2.5.3 Twitter 2.5.4 PayPal 2.5.5 YouTube 3 3.1 3.1.1

3.2.1 3.2.2 C/S 3.2.3 B/S

3.3
3.3.1
3.3.2
3.3.3
3.4
3.4.1
3.4.2
3.4.3
3.4.4
3.4.5
3.4.6
3.4.7
3.4.8
3.5
3.5.1
3.5.2
3.5.3
3.5.4
3.6
3.6.1
3.6.2
4
4.1
4.1.1
4.1.2
4.1.3
4.1.4
4.2
4.2.1
4.2.2
4.2.3
4.3
4.3.1
4.3.2
4.3.3
4.3.4
4.4
4.4.1 Todolist
4.4.2
4.4.3
4.4.4
4.5
4.5.1
4.5.2
4.5.3 ■■PDCA■■
4.5.4
4.5.5
4.5.6

######################################
######################################
1.2
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Services 888888888888888888888888888888888888

Game Management Motion Sensing
Bulling Axure
1.1
1.1.1
1.
1999 hao123.com 2012 hao123.com 2012 hao123.com 2012 hao123.com 2012 hao123.com 2012 hao123.com 2012 hao123.com
hao123.com
Capita
1======================================
2
3======================================

[1]
1.
■■PPT■■■■■■■■"O2O■Online to Offline■■"■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Indicator
2.
3.
CEO DE LA CALLA DEL CALLA DE LA CALLA DE LA CALLA DEL CALLA DE LA
CEO
THE STATE OF THE
1.2.1
Descriptions
1.
◆ ■■■■■■■
◆ ■■■■■■■■■■■■■
• ====================================
◆ ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2.

+ ====================================
→ ■■■■■■■■■■■■■
→ =========
◆ ■■■■■■■■
3.
+ =======
+ =========
+ ====================================
+ ====================================
1.2.2
2.
3. ■■■■■
1.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
ZC 2009
18888888
■■■■■■IM■Instant Messaging■■■■■■■■QQ■■■■■■MSN■Gtalk■Skype■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3
4

2.
zc
1======================================
2
1.3.2
+ ====================================
+ ====================================
1.8888888
features ####################################
product
2.

2.
CEO DE LA CONTRACTION DEL CONTRACTION DE LA CONT
3. ■■■■■
salesforce. com
1.4.1 ******
1.4.2
1.4.2 ■■■■■■
1.4.2
1.4.2 ■■■■■
1.4.2 ■■■■■ 1.4.2 ■■■■■ 1973 ■■■■■ 1973 ■■■■■ 100 more ship
1.4.2 ■■■■■ 1.4.2 ■■■■■ 1.4.3 ■■■■■
1.4.2 ■■■■■ 1973 ■■■■■ 100 ownership 1.4.3 ■■■■■
1.4.2
1.4.2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.4.2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.4.2
1.4.2 ■■■■■ 1.4.3 ■■■■■ 1.5 ■■■■■■ 1.6 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.4.2 ■■■■■ 1973 ■■■■■ 100 ownership 1.4.3 ■■■■■ 1.5 ■■■■■■ 1.6 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

133
2
3
4
5
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
1.5.1 ■■■■■■
1.
■■■■■■APP■Application■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
BERNAMENTAL APPENDENCE OF THE CONTROL OF THE CONTR
2.
PRD Product Requirement
Document Demo August Visit
3. I I I I I I I I I I I I I I I I I I I
Google Microsoft IBM THE THE TOTAL T
Google and its control of the contro
Through Rate
1.5.2 ■■■■■■
1.

ERRENDE ERREND
A=====================================
8======================================
BBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBBB
1.5.3 ■■■■■
HR H
2.
2.1
2.2
2.3
2.4
2.5
7
2.1
2.1.1

2.1	_
2	
2.2	
■■■■■ 1■yammer.com■2008■9■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
2 foursquare.com 2009 The state of the control of t	
2.3 •••••	
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	
ode	
folinks■Kontera■VibrantMedia■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■	

Addthis
[1]====================================
2.2.4 ■■■■
######################################
2.3.1 ■■■■
2.
3.
2.3.2 ■■■■
1.88888888
2.KANO■■
KANO

3.
4.
◆ === <u> </u>
◆ ■■■——■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
◆ ===—=================================
5.SWOT■■■
SWOT####################################
SWOT####################################
◆ SO■■■■■■■■■■■■■■
◆ ST■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
◆ WO■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
◆ WT■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
SWOTH HERE SWOTH S
SWOT
PEST SELECTION DE LA CONTROL D
6.■■■■■
Brainstorming
2.3.3 ■■■
######################################
1.
2.
3.

4.
Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ Δ
2.4.1
■■■■OpenID■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■Facebook Twitter ID■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Rewind App Store
2.4.2 ■■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
2.4.3
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Services 2008 Facebook Faceboo
SNS

1.
customer transaction
2.■■■■
3.■■■■
Optimization
2.4.5 ■■■
2.5
2.5.1 Groupon
Groupon The Point.com The Point Com The Point The The Point The Point The Point The Point The Point The Point The The Point The Point The Point The Point The Point The Point The The Point The Poin
2.5.2 Flickr
Flickr
Neverending 2002 2004 Flickr 2002 2004 4000 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 2004 2002 </th
Twitter Cdeo Casas Company Com
2.5.4 PayPal
PayPal
2.5.5 YouTube
YouTube
3.1 •••••
3.2 *******

3.4

3.5

3.6 ■■■■■■■■
3.1
3.1.1
3.1.2
120~140
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.2
3.2.1
♦
◆
3.2.2 C/S■■
C/S Client/Server
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.2.3 B/S■■
B/S■Browser/Server■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
■■■■■■Facebook.com■Youtube.com■Taobao.com■Webgame■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

3.3.1 ■■■■
1.
Web Ball PC Ba
2.■■■
3.
■■SOA■■■■■■■■
1
2
3.3.2
1.
1

2.
1 ************************************
3.3.3 ■■■■
1.
[1] Card

sorting

3.4
3.4.1
1.88888888
ELECTION OF THE CONTROL OF THE CONTR
3.

4.
Query
BUILDING
===&coy====================================
3.4.2 *******
3.4.2 ************************************
3.4.2 ************************************
3.4.2 ************************************
3.4.2 ************************************
3.4.2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.4.2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.4.2
3.4.2
3.4.2
3.4.2 ===================================
3.4.2 ■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.4.2 ===================================

1.■■■■

AppStore Hall Hall Hall Hall Hall Hall Hall Hal
2.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.4.4
1
3.4.5
3.4.6
1.
ATM AND
3.4.7
3.4.8
3.5.1 ■■■
2011 1 12 1 CSDN
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■

1.
2.
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.
2011
3.5.3 ■■■
1.
2.
3.=====
3
3.
3.5.4 ■■■
3.5.4 ===

3.6.1
1.
MindManager
2.
Visio
Rational Rose Start Uml
3.■■■■■
Axure
Balsamiq Mockups
Mockups
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4.
Excellent Excell
5. ■■■■
Demo-builder
Adobe Deprotoshop
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
3.6.2 ■■■■■
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
Document
1. ■■■
2.

4.1 ■■■■■■
4.2
4.3
4.5
4.1
4.1.1
4.1.1
4.1.1 ■■■■ SMART■■S=Specific■M=N
4.1.1 ■■■ SMART S=Specific 1.■■■Specific
4.1.1 BEES 4.1.1 BEES SMART SS=Specific M=N 1.BEESSpecific
4.1.1 ■■■ SMART■■S=Specific■ 1.■■■Specific■
4.1.1 ■■■ SMART■■S=Specific■M=M 1.■■■Specific■ 2.■■■■Measurable■
4.1.1 SEES Specific M=N 2. SEES Measurable SEES SEES SEES SEES SEES SEES SEES SE
4.1.1 SMART SSSpecific MSN SMART SSSPecific MSN 2. SMART SSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 3. SMART SSSSPECIFIC MSN SMAR
4.1.1 ■■■ SMART■■S=Specific■ 2.■■■■Measurable■ 3.■■■■Achievable■
4.1.1 SMART SSSpecific MSN SMART SSSPecific MSN 2. SMART SSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 2. SMART SSSSPECIFIC MSN 3. SMART SSSSPECIFIC MSN SMAR

4.■■■■■■Relevant■
Visitor
■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4.1.2
2. 88
4.1.3
1.■■
1
1.==
1

4.1.4

1.
Volume WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW WWW W
2.
QQ=======360============================
1051_UED2_UED1111112121_UED11_UED11_UED1
4.2 ■■■■■
4.2.1 ■■■■■
1.8888
1.
1.
1. ===
1.BBBB 2.BBBBB 2.BBBBBB 4.BBBBBBBBBBBB
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1.■■■ 2.■■■■ 4.2.2 ■■■■■
1. I I I I I I I I I I I I I I I I I I I
1. ■■■■ 1. ■■■■ 1. ■■■■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1. ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
1

4.2.3
1.
2.
4.3
Killing, PK
4.3.1
4.3.2
4.3.3
4.3.4

4.4.1 Todolist
Todolist Todolist
4.4.2 ■■■■■
4.4.3
■■9:00■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■
4.5
4.5.4.
4.5.1
■■■"■■■■■■■■■■UGC■User Generated
Content Conten
4.5.2
4.5.3 EEPDCA
PDCA
PDCA BERNARDA
4.5.4

==4×100	
4.5.6	

4.5.5 ■■■■■■