

# 滴滴\_产品经理\_司机教育

2020/06/05：一面（Zoom）

## A 面试准备

- 1 要求：
- 2 1.有产品潜力，思维敏捷，目标感强
- 3 2.工作内容比较具有挑战，属于行业内新方向
- 4 3.强调：本科/研究生在读，2021年以后毕业（含2021年）！！！！
- 5 4.实习期5个月以上，每周4天以上，所以考虑优先北京本地同学
- 6 5.有驾照加分
- 7 坐标：滴滴地图
- 8 工作方向：接送驾体验
- 9 工作内容：前端，策略，数据各类产品向的工作都可涉猎到

## 1 自我介绍

面试官您好，我叫xxx，华中科技大学21届研究生，有过一段大厂实习经历和两段产品相关的项目经历，通过多次从0到1的产品设计锻炼了较好的产品流程设计和需求分析能力，形成了数据驱动下的决策和判断的习惯。对日常产品知识的积累上，除了课程学习外，我也非常注重产品体验和博客、公众号形式的交流输出，在网约车出行产品的司乘碰面问题和AI应用场景上做过一定的思考产出；个人能力方面，比较擅长时间管理，数据分析和团队协作，有着较强的学习能力和探索精神

## 2 问题准备

## B 复盘实际面试提问

1. 自我介绍
2. 讲讲你对司乘对接的分析思考
  - a. 为什么想要体验司乘服务
  - b. 违章停车的地点badcase，具体举一个你自己的例子，说明痛点在哪里
3. 讲讲华科在校期间，最让你有挫败感的一件事
4. 自己介绍下TX实习（逻辑混乱）
5. 出题，选择5分钟或10分钟，梳理互联网支付产品的流程（建议按模块拆解）



- 表达**没有逻辑**，**没有按模块拆解**
  - 对支付产品**理解不正确**（不涉及支付界面，应用层和功能层混淆）
- 你还有什么想要问我的
  - 冰岩现在在做什么（对冰岩的建议：比起DAU更考虑数据、策略产品能力的锻炼）

## 2020/06/12：二面（ZOOM）

### A 面试准备

#### 1 自我介绍

面试官您好，我叫xxx，华中科技大学21届研究生，有过一段大厂实习经历和两段产品相关的项目经历，通过多次从0到1的产品设计锻炼了较好的产品流程设计和需求分析能力，形成了数据驱动下的决策和判断的习惯。对日常产品知识的积累上，除了课程学习外，我也非常注重产品体验和博客、公众号形式的交流输出，在网约车出行产品的司乘碰面问题和AI应用场景上做过一定的思考产出；个人能力方面，比较擅长时间管理，数据分析和团队协作，有着较强的学习能力和探索精神

#### 2 问题准备

#### 3 产品理解 – 地图策略、用户型前端产品的设计与优化

流程：上车点选择、检索、路线&价格展示 -> 司乘碰面引导 -> 导航送达和结束行程

思考框架：<https://zhuanlan.zhihu.com/p/55133316>

##### • AI场景

##### （1）平台端

**交易策略优化**（供需诊断、供需预测、定价派单、订单分配、司机调度等）：对业务指标的拆解、建模，预测、判断给定区域订单的时空价值大小和时间变化，完成后续一系列交易流程

**用户生命周期管理**：输入用户历史动作（订单、呼叫、领券等动作），优化用户在不同动作下的长期收益结果，以提高用户长期价值

**智能客服**：根据不同渠道收集的badcase的QA问答数据，建模、回答用户的提问

**AI中台建设**：将重复、繁琐、数据冗长的业务能力用AI模型实现，并通过组件、模块的形式在平台上内部共享，相互赋能

– 比如：通过深度学习建立推荐模块，实现类似抖音dou+的优惠券、活动的精准投放

##### （2）用户端

**上、下车点的选择**：根据用户输入信息或历史动作，下拉框中智能推荐地点；根据定位信息，地图上智能获取合适的上下车地点（比如远离违规停车区域）；对不同打车场景，提供语音输入、文字输入、地图选点等多种输入方式

**订单界面的路线推荐：**根据上下车点，考虑不同路况和环境因素，计算预计时间和推荐路线

**司乘碰面后的安全保障：**乘客端司机人脸识别、实时位置记录、订单状态更新；司机端口罩佩戴识别、全程录音（有摄像头可全程录像）

**行程结束后的反作弊保障：**乘客端刷单识别、付款行为检测、乘客车内位置检测；司机端行程路线记录、司机评价更新

## ● 司乘碰面引导-地图选点策略

**痛点：**乘客容易选择自己方便的地点，比如产生违章停车的地点、路况非常堵的地点、机场火车站的特殊区域、无法步行上车的主路；司机到达地点后无法立即接乘客

解决方案：

**根据用户手动输入的地址、语音输入或地图选点，寻找特征去识别过滤**

- 按照统计结果取使用量较高的点作为推荐上车点 -> 考虑不同上车场景细分取点策略，以最大化策略的正负效用比
- 特殊地点采用线上+线下的引导方式，比如机场火车站的特殊区域：乘客（尤其是夜班旅客）出站后，通过线上步行引导或线下实物路标引导至内专门的等候区，乘客成功叫到车后，司机通过站内滴滴网约车专属车道前往上车点

正面效应：减少司乘沟通成本和司机等待时长

负面效应：投入和维护成本

建议：

乘客端，选择地点时弹窗提醒，如果必须指定地点则增加计价；多人上车有多个下车点时，在确认上车点后可以直接添加途径地点

## ● 恶劣天气下的司乘焦虑缓解策略

**痛点：**保证用户留存

现有解决方案：乘客端不定时推送优惠券和活动，打通公交出行模式；司机端给予补贴和费用减免

建议：

**乘客端**，设计类如蚂蚁森林的养成游戏，支持每日签到领优惠券、抢现金红包和出行功能相结合的玩法；

**司机端**，设计司机等级，可通过交规答题、定单好评次数等方式升级，不同等级获得不同增值服务

## ● 竞品分析

滴滴 VS 滴嗒

- 定位：前者综合性出行，后者偏向拼车
- 针对用户：拼车用户，价格的敏感度高，共乘意愿相对强烈
- SWOT：

滴滴用户数量大；一天内，早班高峰期和下班高峰期时间，活跃用户人数急剧上升；盈利模式多元化（司机抽成，用户端广告推送，二手车、租车市场，为美团引流）；但用户使用大多基于出行的原因，目的性强，停留时间短

滴答用户数量相对较小；一天内，活跃用户人数相对平稳；盈利模式相对单一（司机抽成，用户端广告推送）；基于交友的目的，相比出行紧迫，用户则更愿意通过筛选社交对象，为出行增添乐趣

– 对滴滴的建议

（1）智能选择出行方式（用户的消费能力低，基本不会使用豪车等功能，多样的功能选择就显得有些多余）

（2）拼车模式的拓展和策略设计（1对1、1对多；寻找激发用户使用拼车意愿的驱动力）

## ● 运营思路和滴滴的运营及推广策略

### 运营思路

确定基本信息（目标人群、活动时间、活动形式）

设计运营方案（日常运营、活动策划）

投放渠道梳理（自身渠道资源、公开平台/APP资源、数据指标建立）

物料准备（文案、海报、PPT、学习资料、实物奖励等）

报告和复盘

日程安排

### 滴滴的运营及推广策略

（1）司机端

奖励：根据订单达成率制定梯度奖励

个性化任务：根据司机对平台的贡献情况，设置一些个性化任务，产生激励

补贴：根据司机与用户的距离，进行时间和电话成本上的补贴

推荐有奖：推荐司机加入平台，双方获一定奖励（或可采用类似借贷宝的模式）

（2）用户端

出行优惠券

推荐有奖：邀请好友加入，提供首单立减和邀请人员各得奖励

优惠周期：如周末打车半价，0元出行等，对新老用户营销

主题式出行：用出行内容引导用户消费，比如与景点的合作，爱心义载等

节假日活动

## B 复盘实际面试提问

**语气太死板，有点框架化！！！！**

1. 自我介绍

a. 自我介绍中时间管理能力是如何体现的？

i. 你觉得你介绍的一周上线哪里体现了？

2. 物资对接项目

a. 你为什么想成为项目发起人的？

b. 为什么想要做物资对接？

c. 整个PV有多少，为什么要将UV、PV作为指标？

d. 介绍一下整个团队

e. 在整个项目中你做的工作大概是多少？

3. 自己介绍下对你来说最感兴趣、有意义的实习 **（没看出感兴趣的点）**

4. 做项目时候你会有成就感吗？
5. 你是处于成就感做项目吗？
6. 司机教育业务（主要业务）
  - a. 你愿意去做吗？
  - b. 你觉得可以怎么做？
    - i. 如何教育
    - ii. 刚刚提到的召回率是
    - iii. 如何鉴定违规信息
  - iv. 你觉得上面讲的方案的成本是多少
- c. 再回到这个问题，做的话你有收获吗？来自哪里？（来自问题9）
7. 你对这个岗位的期待是？（不用太确定，保持open）
8. 我看你做过运营 也做过产品，你是如何看待产品和运营的区别的？（有点不清楚）
9. 你是怎么想到做产品的？你觉得自己优势在哪？
10. 你还有什么要问我的？