



产品经理深入浅出第11课-产品需求文档（PRD）的写作方法（上）



主讲：产品人刘文智

专注互联网产品经理人才的培养

课程地址：www.duobei.com/room/1316703875

产品经理深入浅出 第11课

产品需求文档（PRD）的撰写方法与技巧（上）

▶ 产品经理深入浅出系列公益教学视频由 刘文智 出品

PPT结合视频学习效果更加，本PPT免费视频学习地址：

<http://www.duobei.com/room/1316703875>

欢迎加入-3群满请加产品经理学习千人群4群：170544091
水军太多，加群暗号“为产品而生”！

欢迎关注新浪微博：@im刘文智



扫描加入微信群，第一时间知道开课时间哟

- **产品100** (chanpin100.com , 全方位的产品经理学习交流平台)

- **只提供产品经理深入浅出课程中必须的东西**

- 如：课件，学习资料资源，免费答疑等.
- 不做所谓的产品经理综合社区，不考虑PV，UV等东西
- 只关心帮助产品经理们更快的入门,学习,提高,并专注于此.
- **另外：请不要做伸手党，伸手党的人从本质来说是没有爱心自私且功利的一群人**

- **板块介绍：**

- 课堂-教学视频发布与课程资料下载，每期视频资料都会在这里统一提供下载
- **必答-所有提出的问题，尽量做到当日必答**
- 下载-课程涉及到的相关资料与其它产品经理资料
- 交流：看点-分享推荐值得成长中的产品经理阅读的文章，交流-不解释了
- 板报：发布Chanpin100.com信息，与意见建议的地方

- **Chanpin100.com需要热心版主，有志愿者，报名地址：**

- <http://www.chanpin100.com/read.php?tid=105&fid=7>

- 欢迎合作，有资源换资源，以心换心，请不要发垃圾广告，无论群里面还是社区，必踢。
- 产品100诚征高质量友情链接☺

如果你感觉到快乐且有收获，请喜欢和好评一下！



产品经理深入浅出第8课-商业需求文档（BRD）写作方法与技巧

直播时间：2013年01月25日 星期五 20:00 - 21:00
主讲：刘文智

💰 免费

👤 21 / 17 人

📺 263 次

🔊 901 次

★★★★★ 5.0 (25人评价)

课程回放

❤️ 喜欢 (36)

✳️ 管理课程

🔗 分享到 ▼

直播回放

👍 喜欢 (30)

✳️ 直播回放

🔗 分享到 ▲

- **有动力，我就做更好的课程，你花一秒钟点一下，我用3个小时的备课来回报你！**
- 还有，以前的课程，也请大家顺手都给我喜欢和好评，我都看得到，感谢有心人！

从产品100必答版的一个问题想到了....



zcieng [禁止]

二星会员



UID 125

粉丝 2

关注 2

发帖数 9

铜币 1枚

威望 57点

竞品分析写在哪个文档里？ 🔥

阅读：55 | 回复：6

发布于：2013-03-03 11:40，来自：北京市 [编辑]

✓ 楼主#

产品文档

产品入门

竞品分析

[编辑话题]

是专门用一个文档来写竞品分析，还是写在BRD、MRD、PRD里？

如果是写在后面这些文档里，需要占大比例？



刘文智 [禁止]

发布于：2013-03-03 17:54，来自：亚太地区 [编辑]

地板#

写在你觉得应该写的地方,或者老板认为你应该写的地方,或者你觉得必须写的地方

从这个问题，可以看出目前很多朋友的学习思路，我想提点建议：

1.似乎总想找到一个标准答案。

但是产品经理这个工作就是具体问题具体分析的工作，没有所谓的标准答案，即便是业内盛传的基本产品经理书籍，其实也是作者站在自己的工作维度撰写的，有明显的个人工作环境特色，也不是什么标准答案。

2.要深刻的理解撰写文档的目的。

写文档的目的在于把事情说清楚，且有记录，可传阅，文档并不能生出花儿来！现在我想告诉大家，把问题与想法表述清楚才是王道，要占多少比例，花多少时间，格式正确与否，都取决于你要怎么把问题讲清楚。

如果我给你说竞品占文档的30%，那就是在和你开玩笑，拿你不当回事儿，玩儿你呢！

产品需求文档（PRD）写作方法与技巧学习目标

- 深刻理解三大文档的写作目的与应用场景
- 理解并掌握PRD文档的用途与作用
- 理解并掌握PRD文档：
 - 写作思路
 - 写作方法
 - 写作格式

11.1 什么是PRD文档

- **产品需求文档(Product Requirement Document , PRD)的英文简称**
 - PRD文档向上是对MRD内容的继承与发展，向下则是要把MRD文档里面的各种理论要求技术化，向研发部门与设计部门说明产品的的功能和性能要求。
 - PRD文档是产品文档中最底层最细致的文档，所以写作的时候，需要细致耐心。

11.2 再谈BRD，MRD，PRD文档的区别与用途

- **BRD-这么做有好处，并说明好处在哪里**
 - 唐僧出发前,参见唐皇（老板）,告诉唐皇西去取经的重要意义与大兴佛法的好处,唐皇答应,并发放免签护照（授权），于是唐僧带着任务出发了，那个时候唐朝真实V5啊。
- **MRD-通过BRD明确了这个事情值得一做后，描述应该这么做，并说明这么做的原因**
 - 唐僧上路了，但是他需要选择走哪条路线，带几个人，为什么这么走，为什么带这些人，要说清楚：
 - A路线：妖怪多
 - B路线：神仙多
 - C路线：美女多
 - 经过分析，唐僧决定选择C路线，所以才有了三打白骨精，路过女儿国等经典故事（开个玩笑）
- **PRD-获得了授权，而且已经确定了要走的路线，剩下的就是打造装备（产品）了**
 - 要把装备的需求给工匠（研发人员），就需要把你（PM）对装备（产品）的要求讲清楚
 - 金箍棒（需要能缩短到耳朵里面，直径1毫米，长度6毫米，需要金色，重量必须控制在1KG）
 - 九齿钉耙（必须要9个齿，废话啊，黑色，齿长8里面，把手长1.5米，直径2.5厘米）
 - 于是工匠（研发人员）根据需求，打造出了旷世的武器
- **BRD>MRD>PRD是一个逐步论证并得出结果的过程，是产品经理思维升华的过程，是这三个文档三位一体的过程。**

11.3 PRD文档面向的对象

- **研发人员**

- 由于研发人员本生专注于功能的实现与性能，所以他们相对对其它诸如运营，市场，设计等表现相对不太关心，对于产品更多的了解来至于产品经理的**产品宣讲**。

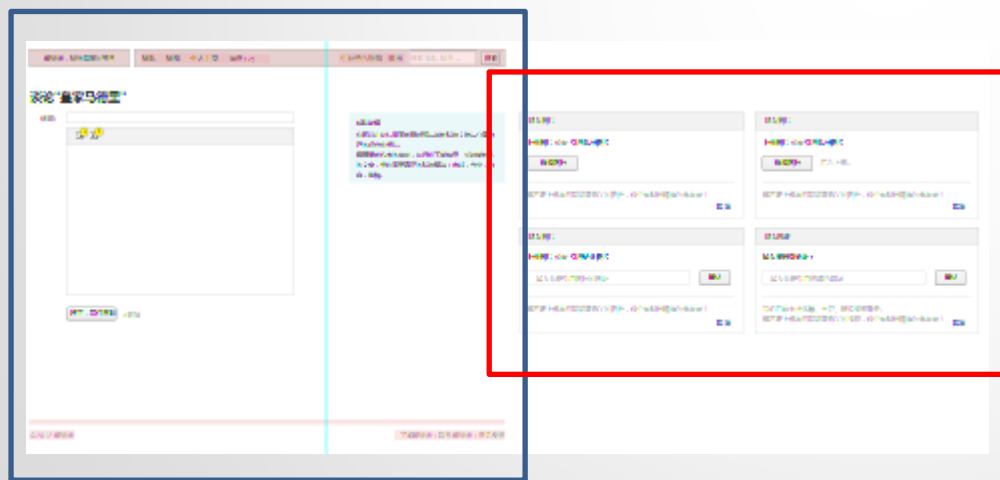
- **设计人员**

- 设计人员本生更多的会关注与产品的调性与原型图，所以对PRD文档的需求是相对较弱的。

- **所以，PRD文档，根据阅读对象，就不要去耍花架子了，用最平铺直叙最简单的话，把问题说的一清二楚就行，绕来绕去小心被程序猿们掏出板斧劈成两截啊。**

11.4 PRD文档的几种表现方式

- 说到PRD文档，很多朋友之前看过模版，都会不假思索的打开Word开始写作，其实PRD文档的目的在于把问题讲清楚，而不是用什么工具！
- 根据实际情况，能满足把问题讲清楚的方式大概有以下几种：
 - 文字模式（Word.....最常见的）
 - 原型图模式（Axure....推荐使用的）
 - 图片模式（有的产品经理本来就是美术转交互转产品，所以他们擅长于此，有门槛的....）
 - 影像模式也可以，就是太烧油了，☺

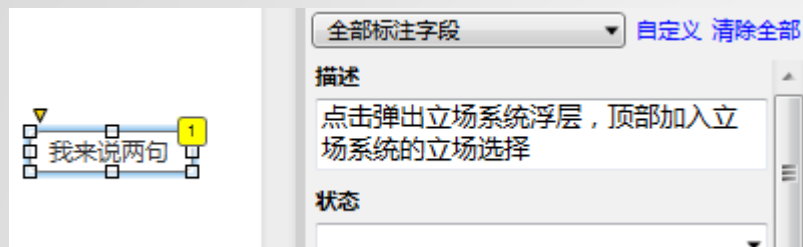


左侧原型图，右侧是各种状态的详细说明

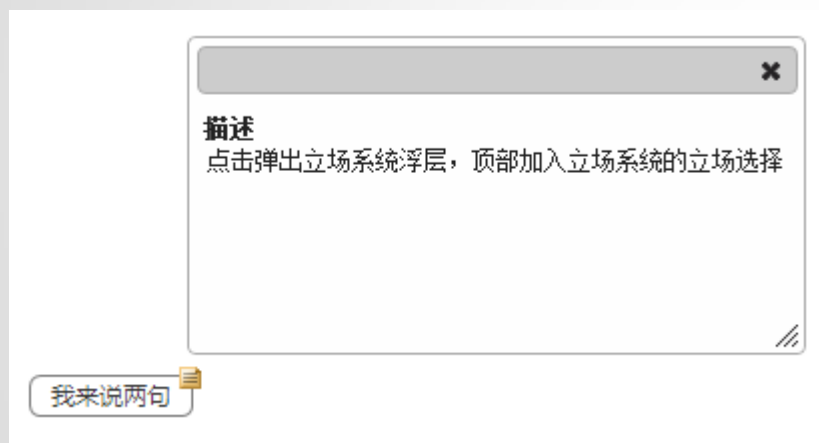


Axures使用描述后，发布的Html页面具有非常形象的说明阅读形式

11.5 Axure原型图描述功能

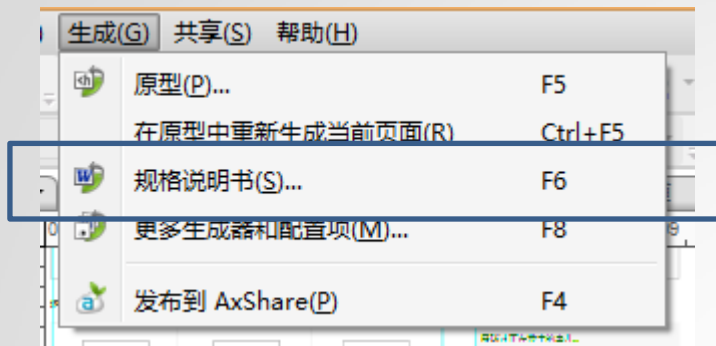


在Axure编辑界面，选择要说明的元件，然后键入你要说明的内容



发布以后，鼠标点击黄色描述标签，就能形象化的在功能中看到具体的需求表述了哟！

11.6 Axure说明到处成为Word文档



Axure导出说明文档，需要产品经理对Axure默认的导出规则有一些了解，然后再制作原型需求图的时候，就要考虑到Word导出后的一些规则，需要摸索一下，熟练以后，还是很好用的。

11.7 常见PRD文档包含内容

- **文档说明**
- **产品说明**
- **全局功能说明**
- **详细功能说明**

11.8 PRD文档包含的内容

- **11.7.1 文档说明**

- **产品版本号（ 1.26 ）**

- **版本号（ 1.26 ）**

- 重大调整升级
 - 产品结构功能等有调整

- **子版本号（ 1.26 ）**

- 在原有基础上面对局部功能进行了升级或调整
 - 在原有基础上面对局部功能进行了升级或调整

- **修正版本号（ 1.26 ）**

- 局部小范围优化与Bug修复
 - 一般是不动功能性的东西

- **版本号的命名原则**

- 归零原则：前一个数字增加一位，后面的数字都归零
 - 收费原则：子版本号和修正版本号的变化，一般看做版本内升级，付加收费用，版本号变化则加收费用

11.8 PRD文档包含的内容

- **11.7.2 历史修订**

- 编号
- 版本号
- 修订章节
- 修订原因
- 修订日期
- 修订人
- **历史修订的作用**
 - 对修改前后进行比较
 - 有利于维护和管理PRD
 - 修订人
 - 修订日期
 - 方便查阅，可以只看修订部分

11.9 PRD文档包含的内容

• 11.7.3 名词术语表

- 将一些产品里面不易理解，容易混淆，或者缩写的词汇在开篇进行统一的列表说明，有利于阅读
- **例如产品100的**
 - **积分**
 - 根据产品100用户的一系列操作行为系统根据后台设定产生的虚拟分数，积分决定了用户的等级与论坛权限，积分的计算方式为：总积分=发帖数X1 + 铜币X1 + 威望X1 + 会员历史在线时间X1
 - **威望**
 - 反应了用户在论坛里面的资历，是根据发帖数量，回帖数量，附件上传数量，在线时长等综合因素决定，是用户积分的重要参考依据
 - **铜板**
 - 产品100的货币，主要用于购买有价值的下载资料与信息，完成新手任务可以获得初期足够的铜板，发布下载资源也可以获得相当数量的铜板，铜板是用户积分的重要参考依据

谢谢

- 作业：
- 把上节课没有完成的MRD文导航完成，并提交到Chanpin100.com
 - 提交的时候，请注明自己的多贝名字与QQ群的名字（挑战老师记忆力的时候到了）
- 欢迎加入-3群满请加产品经理学习千人群4群：170544091（加群暗号“为产品而生”通过）
- 欢迎关注新浪微博：@im刘文智

- 如果你感觉到收获与快乐，请给我一个好评与喜欢：

地址：<http://www.duobei.com/room/1316703875>



产品经理深入浅出第8课-商业需求文档（BRD）写作方法与技巧

直播时间：2013年01月25日 星期五 20:00 - 21:00
主讲：刘文智

免费 21 / 17人 263次 901次

课程回放 喜欢 (36)

★★★★★ 5.0 (25人评价)

管理课程 分享到



- 屌丝终有逆袭日，一起努力，谢谢！

扫描加入微信群，第一时间知道开课时间哟