



产品经理深入浅出第10课-市场需求文档（MRD）写作方法技巧（下）



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/7363847148

产品经理深入浅出 第10课

市场需求文档（MRD）撰写方法与技巧（下）

▶ 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/7363847148>

欢迎加入-产品经理学习千人群群：122391574

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。

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 ➦ 注意到 ▲

- **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喝好评，我都看得到，感谢有心人！

9.4 互联网产品MRD包含内容

• 9.4.5 产品说明

– 9.4.5.1 产品定位

- 产品有越做越复杂的可能，但在一定时间内，定位决定了产品的一切
- 产品定位与市场定位是有区别的,但经常容易混淆:
 - 市场定位:我们对用户或者用户市场的选择,例如:手机发烧友,白领,或者移动通讯设备市场
 - 产品定位:我们用什么样的产品满足用户或用户市场,例如:
 - » 陌陌，一款基于地理位置的移动社交工具
 - » Chanpin100.com，为产品经理们提供学习交流的平台，并专注于此
 - » QQ空间，一个异步信息分享和交流的平台，是QQ这种同步通讯工具的补充。
 - 用户定位的描述：
 - » 针对什么目标群体，做什么事情，用最本质的，无修饰的语言表述:

9.4 互联网产品MRD包含内容

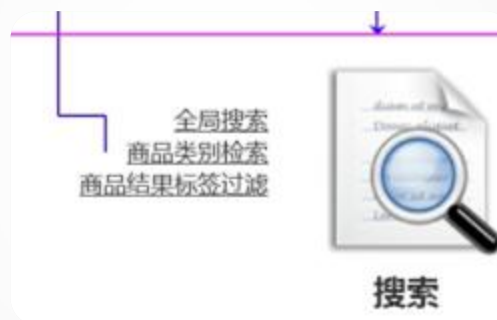
- **9.4.5.2 产品核心目标（产品本身要达到什么一个目标）**
 - 互联网产品的核心目标,往往表现为要解决目标市场（目标用户）一个什么问题
 - 这个问题分析的越透彻,产品的核心目标也就越准确
 - 确立好核心目标,不会使我们产品推进的过程中迷失.
 - 例如：
 - 360安全卫士:解决用户使用电脑的安全问题
 - 微信:在最早的阶段,微信的核心目标是工具类的,为用户提供流畅语音沟通的移动应用
 - **通常来说，解决核心目标的工作优先级是最高的**
 - **产品任务，很多应该是围绕核心目标来开展**
 - **这里就要隐身出来一个问题，即产品经理对于用户需求与产品核心目标关系的拿捏**

9.4 互联网产品MRD包含内容

- **9.4.5.3 产品结构（注意，不是功能结构，是产品的整体结构）**
 - 产品的市场定位，产品定位，核心目标的直接表现

如何表述一个O2O在线商城的产品结构？

如何表述一个O2O在线商城的产品结构？



9.4 互联网产品MRD包含内容

• 9.4.5.3 产品结构 with 功能结构的区别

– 把整个产品看成是一桌菜

- 产品结构讲的为了让客人吃的舒服同时又要完成我们的核心目标，我们需要哪些菜品，而这些菜品与菜类需要我们事先规划出来：

- 凉菜：凉拌则耳根，夫妻肺片等
- 热菜：佛跳墙，麻辣鸡丝等
- 主菜：宫保鸡丁 蒜蓉虾 烤扇贝
- 甜点：地动山摇，巧克力布丁
- 饮料：酸奶，玉米汁

• 功能结构：我们如何实现上述的各种菜品？

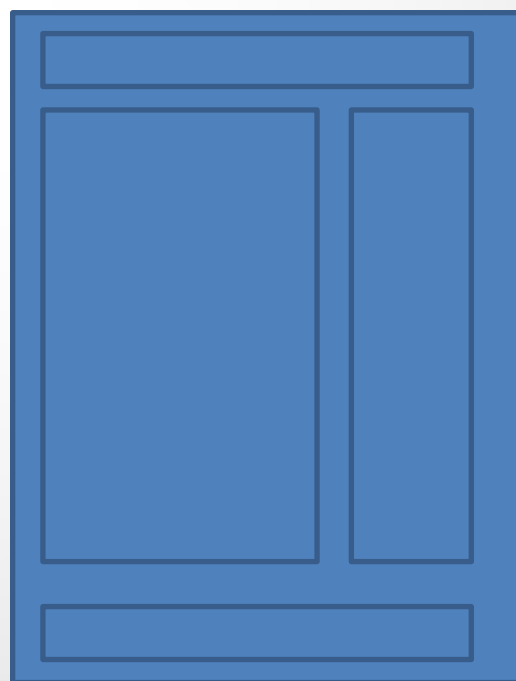
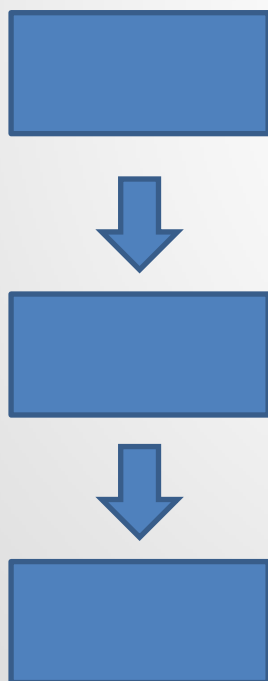
- 加热：热菜
- 爆炒：主菜，热菜
- 材料：则耳根，肺片
- 人员：厨师，墩子

9.4 互联网产品MRD包含内容

• 9.4.5.3 产品结构说明的注意事项：

- 这里不是扣细节的时候，主要产品结构表述到位即可
 - 因为你之后肯定会非常苦逼的做非常细的产品说明与线框、流程等
- 一些无法归类的，放到其它里面
- 如果能配合 流程图 与 简单的主要页面线框图就更好了，更清楚，更明了

流程图，用例
软件推荐
Visio
Axure

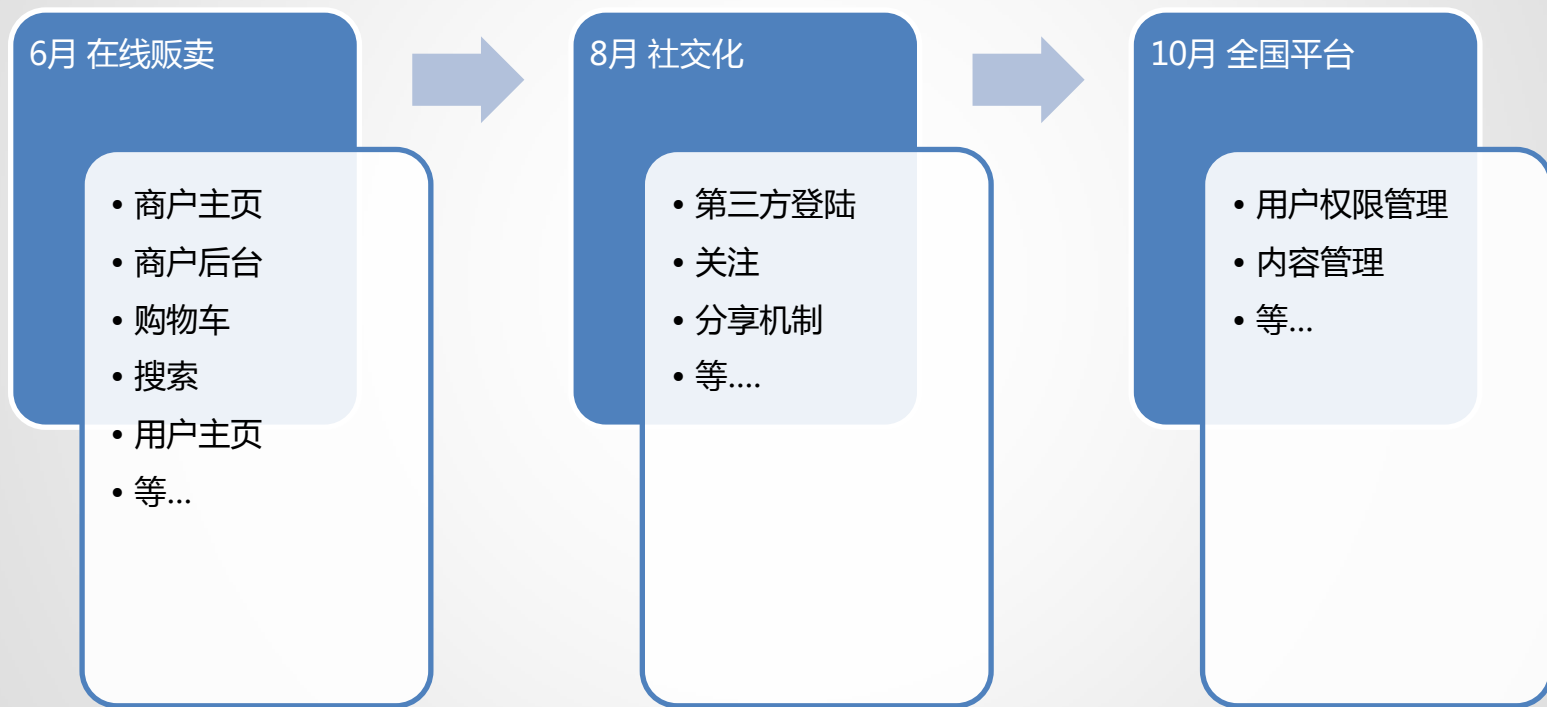


建议线框图绘制软件
推荐：
Axure
Balsamiq-mockups

9.4 互联网产品MRD包含内容

• 9.4.5.4 产品路线图

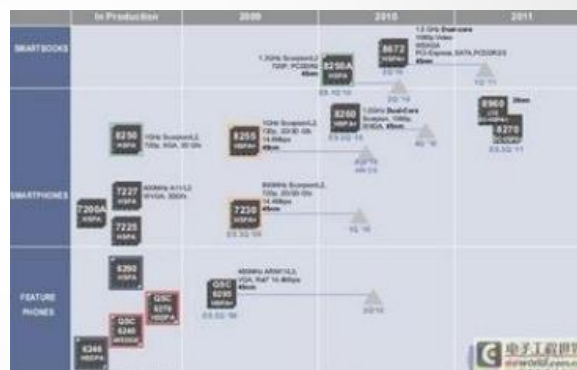
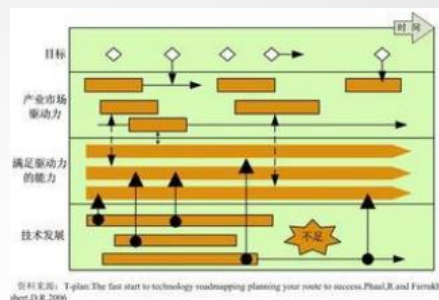
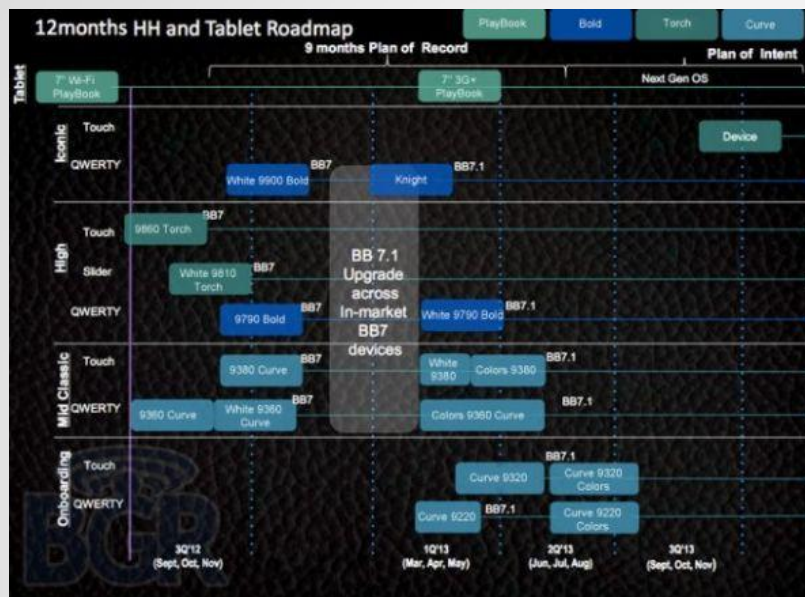
- 产品路线图是产品成长中的每个任务节点组合而成，是以任务为导向的时间节点图
- 例如：



- 应注意一下，抽取来的任务，一定是和产品定位，核心目标等想符合的，是达到这些目标的任务分解。

9.4 互联网产品MRD包含内容

— 形形色色的产品路线图



• 无论何种表达方式，最能表达清楚你的意思就是好方式：

- 时间
- 任务
 - 子任务
- 辅助说明与图标等

9.4 互联网产品MRD包含内容

- **9.4.5.2 产品功能性需求**

- 产品功能性需求

- 在线留言板举例：

- 注册与登陆（直接注册，第三方注册，直接登陆，第三方登陆）
 - 交流（留言，回复，图片上传，文字发布）
 - 管理（查看，删除，修改）

9.4 互联网产品MRD包含内容

- **9.4.5.3 产品非功能性需求**

- 有效性需求
- 性能需求
- 扩展性需求
- 安全性需求
- 健壮性需求
- 兼容性需求
- 可用性需求
- 运营需求
- 用户体验需求

9.5 优秀的MRD文档应具备哪些优点

- **优秀MRD的特点**

- 逻辑性强：有论点，有论据，有论证
- 把抽象的东西形象化的讲出来
- 数据可靠，分析有理
- 有把握的主观，无把握的客观
- 惜字如金，能把问题表述清楚，绝不多写一个字
- 合理的产品进度分配更有利于研发人员工作（人有九等，不是所有人的人都是打了鸡血的产品经理）
- 重视非功能需求
- 如果方案中出现很多专业名词，记得在文章的开头呈现给读者一个名字解释表

9.6 关于MRD文档写作的个人看法

- **MRD文档不是套模板，而是要把事情和想法表达清楚**
- **即便是设计很多分析，也应该简单明了，言简意赅，因为很多人要看，还是不同类型的人**
- **撰写MRD再次说明，产品经理不是技术类岗位**
- **MRD文档的背后，其实有诸多的分析与论证，MRD一般来说撰写时间比较长，视项目而定**
- **最后强调一下：**
 - 听课听的再好，不如自己提笔写，产品经理的很多文档，不是理解了就能写出来的，必须经过实战才能提高

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-产品经理学习3群： **122391574**（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/7363847148>



- 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