

面向管理的产品手册

面向管理的产品手册

编撰规范

修订记录

版本规定

修订规范

编者的话：

2020 by.剩女

部门发展历史

部门管理问题集合

如何适应管理者的角色

中管权限与部门内资源

关于密钥的说明

中管权限一览

产品资源

内训与作业

概览

0. 国庆作业

1. PPT

1.5 宣讲作业

2. 需求文档

2.5 “金点子”大赛

3. 原型内训

3.5 金点子大赛第二阶段

4. 交互内训

5. 调研内训

6. 一些不得不掌握的产品技能

7. 技术向的内容

8. 以下列一些好的主题及供参考

9. 内训相关方面的尝试（防踩雷

内建

历史方法：

注意事项

与其他部门的联合内建

产品推广

纳新季的产推

日常推广

产品运营

总体

各产品

mobile

box

选课助手

推文

一些小的事务

贴课表

固有流程

实习期考核（三面）

Workshop

工作组划分

网络文化节

与其他部门的合作规范

工作组概览

编撰规范

修订记录

版本号	修订人	修订时间	修订内容
v1.0.1	剩女	2020.11	定稿，网节部分缺省，部分内容待完善
v1.0.2	钢丝球、剩女	2020.11.24	修改部分文字表达，项目组处新增部分描述，新增资源记录
v1.0.3	剩女	2020.11.30	更新加密算法DES->AES
v1.0.4	剩女	2021.7.9	没想到2021年7月还是我来写，使用vscode diff自行查看吧，还挺多
V1.0.4	豌豆射	2021.7.9	修改1个密码，新增4个平台和3组密文

版本规定

- 版本号分为三部分，**v-x.y.z**, x表明修订年份的计数，y表明一次重大版本的迭代，z表明细节的修缮
- 为了保证版本控制，每次重大版本更新都记录在[后台记录楼](#)中，以及时回滚版本

修订规范

- 各位**新中管**上任前应仔细阅读本手册
- 各中管/顾问随时可以对本文档进行有效的修改
- 在中管交接时，希望**老中管**对本手册进行一次集中的大型修改
- 修订需在修订记录及时添加相应的记录，在每年大修改过程中，可以合并每年的所有版本记录以保证修订表简约且及时
- 每位编者可以在**编者的话**部分注上自己想说的内容，每位**中管/顾问**可以在最后的**老人寄语**上写下自己想说的话

编者的话：

2020 by.剩女

在我新成为中管的日子，对**自己该做什么**，**历史上的中管遇到什么问题**没有头绪，这些困惑的解决仅依赖个人的提问。这显然并不是一种良性的方法。为了**规范中管的某些行为**，**做好中管层面的历史传承**，起意写之。或许今日在看本文的小朋友/新中管已不认识我，但就如民法典之于拿破仑，本文或许也会成为未来某天里程碑式的杰作。望今后人能在此基础上不断进步。

初次撰写，在一些问题上带有过多主观因素，在一些问题的描述上不够完善，敬请大家斧正。

部门发展历史

本处的内容我也不太清晰，暂且以自己的记忆

随着求是潮20周年一波又一波考古资料的发现，这里我觉得可以更新一下了，留给有缘人 - by sn

求是潮成立于2001年，前身是一个**红色网站**。今后求是潮在互联网产品的道理上不断发展，逐渐推出了Mobile, box, enroll, rop等诸多产品。

2015年前，网络工作室由产品和技术组成；2015年后，设计从技术剥离开，形成了如今的合作模式。

可能是由于校内产品经理固有缺陷（懂的技术不多，缺乏相关经验）抑或一些个人原因，在求是潮早期的产品项目（如Mobile, box）中，产品运营部门并未参与太多，也曾因此饱受诟病。

但随着今年的良性发展，我们在enroll, box等项目上逐渐有了可参与的部分（**产品与运营**）。故在今后的日子中，本部门也仍然需要积极参与各事务，寻求自身价值的体现。作为潮内略**休闲**的部门，中管应多**找事做**，在整个产品的开发流程与后续运营中发光发热。

部门管理问题集合

个人色彩鲜明：

每次说到产品经理的个人色彩，我总以张小龙举例，无数人教他做微信，但他岿然不动。

由于产品经理个人色彩鲜明的特性，在每一年产品负责人交接时可能会有小朋友产生些许的抵触心理，在某些产品设计的问题上也较难达成共识，最终导致工作效率低、进度慢。在内训等环节的安排上，中管/顾问可能也有一些难以调和的意见分歧，故各位顾问/老人/中管也需要经过较多沟通才能就某些事务达成一致。

产品经理水平逐年下降：

2017年的**笨环**是软工方向，后续去腾讯成为产品经理。

2018年的**抽插鸩**对产品有许多独到的见解，闯入CCCC决赛。

2019年的**波霸**是工设专业，在产品设计上值得分享的

2019年的**窝瓜**是计算机专业，在产品偏技术的沟通上更加擅长

2019年的**剩女**就对产品方面的了解不多，完全依靠个人能力在进行内训、组织。

由于产品经理的能力更多体现在**思维能力，表达能力，见闻阅历**等方面，故很难有一个传承的范式。而以往的产品是工设（对口专业）的根据地，但报名求是潮的工设朋友人数逐年下降，也使得整个部门的平均专业水平持续走低。运营方面的范式可以通过本手册辅助，但正如上一条提到的，做产品其实主要还是仰仗个人的能力。首先各位中管要积极**提升自我**，多阅读《**产品经理从0到1**》，《**人人都是产品经理**》等专业书籍。

由于我们需要不断地与网络工作室其他部门合作（包括小朋友与中管），能力下降的问题会在此过程中不断被放大。

一些需要格外注意的点：

- 求人不如求己：需要与其他部门协商的事务请务必确保自己对这个问题已经有足够的了解，且它不是通过搜索引擎就能解决的简单问题。
- 语言表达：产品经理说话应言简意赅直击要害，在内训/例会/沟通等过程中均如此。不要长篇累牍，要短小精悍。
- （待补充）

小朋友总体能力逐年下降：

这并不是产品运营部门独有的问题。随着高中生教育越来越卷，大家的情商/沟通能力/组织能力/课外技能等都无法在高中得到有效的锻炼，导致大家能力不断下降。在我们部门则主要突出表现为**情商与组织沟通能力**。这些在2018年稀松平常的能力，时至今日却变成了闪光点。当然，向小朋友直接灌输情商、组织技巧等内容必然会使其难以接受，但不考虑这方面能力的培训又会使**活动越办越差，合作体验越来越差，与其他部门合作时也会给人留下不好的印象**。到了网节期间，这个问题会在讲座的组织、沟通、场控等复杂问题下不断地放大，届时可能带来严重的问题，需要尽早考虑。

从我在浙大其他组织的见闻来看，这其实是一个普遍的问题。其中除了教育因素，浙大的生源质量整体下降也可能有所影响。但这并不是我们能改变的，我们只能在大环境基础上尽力做出应对。

项目组推进困难：

已有的旧产品维护运营会消耗固有的人力资源，在此基础上的新项目推进就显得较为掣肘。很多情况下由于个人原因导致项目组无法推进，好在从2018年到2019年，项目组的进展已经有所进步。在这方面，我们先做到做好自己，才有资格去和别的部门商讨制定更完善的项目组推进步骤。

中管与顾问的协作：

在2018年及以前，产品并没有这么多的顾问，相比于其他“两年制”的部门，我们更像一个“一年制”的另类。但在此之后，我们的朋友们参与度越来越高，顾问团队也庞大了起来，这其实是一种进步。学生组织的工作绝不简单，仅靠一年的传承是无法做好全部工作的。因此更多老人的参与其实对部门是一种良性的发展趋势。

但毕竟缺乏中管与顾问的协作经验，这里还需要更多的摸索与尝试，让顾问有更多发挥的空间。

以下是一些可以参考的建议：

- 中管相比于顾问可能更多地负责了一些**琐事，对外沟通的事宜，与总体的安排**。一些细节安排上的事务，如让顾问开设内训/综合顾问对小朋友的评价进行三面等，无论什么身份，每个人都可以尽情地分享自己觉得有用的事。在产品的领域，总有人比较擅长某一方面，让这些人来做相应的分享或许会取得更好的成果。
- 中管与顾问都会在日常生活中接触小朋友，所以在涉及小朋友的一些重大决策时如**实习期考核**时可以适时地召开顾问大会，共享信息，讨论事宜
- 中管受限于当时他们所处的项目组与环境，可能在某些项目组上也并没有顾问了解。在工作组的划分上，可以让顾问依其原先负责的项目组去带小朋友，让小朋友们对产品的了解，工作组该如何开展等有更好的传承。本身做产品的前提就是要足够了解你要做的产品，有了顾问的帮助这一部分就会更加顺利。

如何适应管理者的角色

当你成为产品的中管，对大多数人来说，可能是摸不着头脑，不知道该做什么。这正是这个手册的初衷，但在没有这个手册前，我们是如何做的呢？

首先你要明白，成为管理者和成为小朋友是两个完全不一样的角色。你从小朋友视角看到的东西，很多情况下是隐藏的，比如你只看到你参加了一场三面，却没有看到，作为管理者要给每个人三面，要把退潮的朋友放在最后一个面等类似的安排，还要考虑我该面什么，提什么问题，我为什么选这个不选那个。最终，三面呈现到了你的面前，但你只看到了结果，忽略了过程。

对面试成为中管的你来说，肯定是有着许多想做的事。但就如同上述例子，你认为当前的模式有何不足，再去改变的过程中，也要自己设想那些当初未被采纳的原因。简单来说，少走弯路，少做重复劳动。本手册是为了帮你如此的，但归根到底，还是需要中管自己有更多的思考。发现不足，找到一个办法，对于中管来说可能已经并不适用了。更多的，你可能需要发现不足->找到很多办法->询问，分析，找到最优的那一个->实施，记录结果，让后人少走弯路。

这是您们成为管理者**第一个要注意的——多思考，多对比**。历届的中管都不比你笨，某些事情发展至今是有其原因的，你们需要对问题有一个比较全面地了解之后，再去尝试和努力。

成为管理者，你不仅需要注重结果，也要注重过程。小朋友在过程中是否真的得到了收获？小朋友在过程中是否得到了公平的对待？以内训和作业为例，只要做了，多少都对小朋友有点好处。但效率足够高吗？我是否有更高效的方法让小朋友们在短时间内通过更少的劳动就获得更多呢？如果你只满足于小朋友在其中的收获，那是远远不够的。

一个更贴切的例子似乎是对求是潮的认同感，对部门的认同感。小朋友们在求是潮工作，我该以如何的内建方式，平时交流方式让大家爱上这里呢？这样的结果就不是任何一个单独的事件能决定的了，他需要日积月累的过程，去塑造求是潮，求是潮产品在小朋友们心中的形象。要知道，这可不是凭空得来的。你付出努力，为小朋友们设身处地的思考，小朋友经历的每一个活动，如内训，三面，工作组，你都全心全意思考，这时候当他们回想起来，会觉得求是潮真对得起我，也会真的热爱这里。不付出任何努力，不去做额外的思考就想让人留在这里是不切实际的。每一年的小朋友们风格迥异，每个人也有不同的相处方式。这是很难传承和参考经验的，需要历届中管审慎思考，将产品这一温馨的地方传承下去。

上面还提到一个词就是“公平”。成为中管的你们可能在日常的生活和工作中付出了很多，并且自己对这毫不在意，觉得多做点也无妨。但当你们成为管理者时，就要尽力避免不公平的存在，做好奖惩。如果把背景换成公司我想你会很快理解为何公平如此重要，而求是潮的架构本身就是公司制的，公平在此处仍然重要。

上面说了**重过程而非结果**，接下来还有**大胆去做**、

求是潮的中管是主观能动性很强的，不同与校会等处，我们没有太多日常必须要做的事。好处就是——你想做什么，都有机会。这里是有一群志同道合的人合作发挥你的拳脚的最好地方。在这样的情况下，如果你仅仅是照搬去年中管的那一套，未免有些可惜。更不用说每年的情况都是不一样的，直接照抄势必会在效果上有下降。因此大胆地去做一些事情，去创新，才能让产品，让求是潮更加有活力。

自由带来的负面作用就是，当中管没意识到上面那一点的时候，当中管只是照搬，比较摸鱼的时候，那么部门的下限就会一落千丈。要知道，产品如今的地位都是历届产品人争取来的，在上古时期，产品的产出有限，做事也摸鱼，曾经被别的部门没那么喜欢。是一代代人的努力，才让我们接手一个又一个重要项目，在合作过程中负责越来越多的工作。说起来这又与公司恰恰相反，如果你是公司的员工你肯定成天想着能摸则摸，但在这里，中管们都想着给我们的部门找些事情做，有些玄幻，但这正是我们喜欢他的原因不是吗。对我们部门来说更加明显，你会发现，如果产品一年啥事都不干，好像确实也没关系……因此，按我的话说就是，中管要给我们部门**没事找事**，将产品建设成求是潮的中坚力量。你的背后是产品历届人的努力，请不要辜负他们。

回到一开始说的，小朋友们只能看到中管决定的结果，因此当你的判断失误，给大家一个不好的体验时。大家往往只能看到你的做了错的，却忽略了你做错之前的思考与判断。这可能对管理者不太公平，但事实就是如此。身为管理者，我们也应该接受为错误判断承担结果。那么如何避免类似的情况呢？就像做产品时A和B的选择，你选错了，下一次如何避免选错呢，答案一定是提高产品能力。对于管理也是如此，不断地复盘，提高你的判断力，管理水平，就是唯一的答案。

说到这里，好像还没说，**我究竟该如何适应呢？**

其实答案就在最前面——**多思考**。这是个很抽象的答案，就像高考做题一样，做不出来，老师会告诉你多思考，可我就是不会啊。然而事实就是如此，当你在此位时，自己的思考就是最重要的。尽管刚上任时，你可能对一些问题的判断没那么正确，但大胆尝试，多思考，多复盘，总有一天你也会成为值得信赖的合格的领导者。

祝好。

中管权限与部门内资源

关于密钥的说明

为了防止直接存储密码明文，密码都通过aes算法加密存储在本文中，密钥请问问中管

Python实现的代码贴在下面：

如果没有安装pycrypto需要安装，这个安装可能有bug,根据报错去百度搜索即可

```
pip install pycrypto
```

加密类：

```
from Crypto.Cipher import AES
from binascii import b2a_hex, a2b_hex

# =====
secret_key = '' # 在此处填上16byte的密钥
# =====
iv = key

# 如果text不足16位的倍数就用空格补足为16位
def add_to_16(text):
    if len(text.encode('utf-8')) % 16:
        add = 16 - (len(text.encode('utf-8')) % 16)
    else:
        add = 0
    text = text + ('\0' * add)
    return text.encode('utf-8')

# 加密函数
def encrypt(text):
    global secret_key
    key = secret_key.encode('utf-8')
    mode = AES.MODE_CBC
    iv = bytes(secret_key, encoding='utf-8')
    text = add_to_16(text)
    cryptos = AES.new(key, mode, iv)
    cipher_text = cryptos.encrypt(text)
    # 因为AES加密后的字符串不一定是ascii字符集的，输出保存可能存在问题，所以这里转为16进制字符串
    return b2a_hex(cipher_text)

# 解密后，去掉补足的空格用strip() 去掉
def decrypt(text):
    global secret_key
    key = secret_key.encode('utf-8')
    iv = bytes(secret_key, encoding='utf-8')
    mode = AES.MODE_CBC
    cryptos = AES.new(key, mode, iv)
    plain_text = cryptos.decrypt(a2b_hex(text))
    return bytes.decode(plain_text).rstrip('\0')
```

```
ciphertext = 'this is cipher text'
c = bytes(ciphertext, encoding='utf-8')
d = decrypt(c) # 解密
print("明文:", d)
```

加密的算法也贴在这里

```
e = encrypt('this is plain text') # 加密
print("加密:", e)
```

中管权限一览

- 修改Mobile的校历：**校历修改系统**：
 - <https://product.zjuqsc.com/schoolCal/>
 - 使用求是潮通行证（请向技术申请权限）
- 掌握Mobile的推送权限，重要通知及时推送：**友盟PUSH的系统账号密码**
 - 账号：mobile@myqsc.com
 - 密文：99889b3fedfc9be59b6f7db47d2b05c9
 - **第一次登录可能需要验证邮箱（使用腾讯企业邮箱登录）**，
 - 腾讯企业邮箱<https://exmail.qq.com/>
 - 账号：mobile@myqsc.com 密文：64098e94c03c463b761e7ba41b90539e
 - 另一个可能有用的账号：mobile@zjuqsc.com 密文：64098e94c03c463b761e7ba41b90539e
 - 友盟push推送流程，**中管一定要面对面教学**
 - 一定要先用自己的学号进行测试
 - 可以先复用之前的设置以清楚每个部分是做什么的
- Mobile反馈平台：LeanCloud
 - <https://console.leancloud.cn/apps>
 - 账号：pm@zjuqsc.com
 - 密文：ebccde8696477b4640a3aea8af65a44a
- 选课助手后台
 - <https://enroll.zjuqsc.com/admin/applyUser>
 - 用户名：pm
 - 密文：b0f8d98c8c32a07c088995c45feeb486
- box后台
 - <https://box.zjuqsc.com/manage/>
 - box的权限赋予是已有权限者给新朋友赋一个不高于自己的权限，老中管切勿忘记，新中管也及时提醒
 - 此外，负责box换皮的朋友需要以同样的方式赋予权限
 - 权限40为中管，权限20可以换皮肤
- 主站后台
 - piwik.zjuqsc.com
 - 账号：product

- 密文:
8fc57080fce9ab42c6190f62c763167e2177a1415674a1b5492a4d463f8a8b28bf55b88955
32b9c1ae67db10df86b5d5427578fa98ce7a1dbbacc44bda2a5196
- GitLab
 - <https://git.zjuqsc.com>
 - 账号: product
 - 密文: a9f7b6d53d21675b35364df3a0982140
 - GitLab的个人账号和具体进入各组权限请联系技术
- OpenProject
 - <https://project.zjuqsc.com/>
 - 请自行注册账号, 联系管理员进入各组和获取权限
 - 在中管交接时, 请设置新任中管为管理员
- pm邮箱
 - <https://exmail.qq.com/>
 - 账号: pm@zjuqsc.com
 - 密文: 8ac2477060335eab71cb55c242dd193a
 - 腾讯企业邮箱, 用于注册某些平台 (比如LeanCloud) 和发送一些邮件 (比如Notice推广)
- 求是潮邮箱
 - <https://mail.zju.edu.cn/>
 - 账号: gsc@zju.edu.cn
 - 密文: 0648f3c0f0ef34de22d2bc3514ef76fef39faaebbb61e09c3004fab841c2939
- 求是潮产品反馈群
 - 群号: 557339512
 - 群主各届交接即可, 记得需要超级会员, 目前是2k人大群

产品资源

产品的资源就是你大概需要了解到, 喔原来我还有这!! 以至于你在遇到类似的问题的时候不至于重走弯路, 或不知已有的资源而错过较好的解决方法、

面向求是潮产品的

- 求是潮反馈群 (大群与iOS)
- 各产品后台 (box, enroll, mobile-友盟 (含发通知), 主站后台)

面向部门的

手册:

- 面向产品的管理手册 (中管看用)
- 网节手册
- 产品教材书 从-1到0
- 面试手册

Github团队与仓库 (2021年起用)

open project (2020年起用)

面向产品学习的

一些比较好的资源平台

- 少数派
- bilibili
 - 产品向：没啥用科技/何同学
 - 设计向：ooooohmygosh
 - 什锦向：Lks
- Protopie的document，是很好的交互学习资源
- 还有PPT内训，等等里面提到的资源平台

内训与作业

概览

首先值得说明的是：**内训与作业都不是一成不变的**，而是结合当年的实际情况，实际需求而定的。

内训与作业的核心目的究竟是什么？作为一名合格的产品经理，需求视角是我们的首要思路，目的是什么，就是我们内训与作业的需求。

显然，内训与作业的目的并不是为了给小朋友们平白无故地增添工作量，让大家从中收获才是我们的主要目的，以此为标准，我们很容易就用以下几个问题去自我审视，去核验我们的内训与作业设计是否合理，即

- 内训的内容是否真的是小朋友们需要的
- 作业的形式是否真的能让小朋友们从中有所收获
- 这样的形式是有效的吗？相比于小朋友们付出的时间成本，这是值得的吗？

类似地思路，再结合与小朋友们相互尊重、体谅的前提，相信各位能给出合适的内训设计方案。尽管未必完美，但保证不断提高，有新的思想与思考即可。

接下来介绍内训与作业的普遍形式。

固有的内训与作业其实仅包括：

- **PPT内训**与随后的**宣讲作业** —— 为了提高大家审美与展示力
- **PRD内训**与随后的**金点子作业** —— 为了帮助大家熟悉PRD，提高表达能力，且了解开发产品的思路
- **原型内训**与随后的**原型作业** —— 为了帮助大家熟悉原型制作软件，更好的完善金点子

其余的内训、作业往往是各届中管的自我尝试，或有所长的教授。以下内训在产品也取得了较好的成果

- 交互的内训。这是由于交互是**为数不多**产品能够独立参与产品的细节设计中来的部分，也是很能体现产品经理个人存在与价值的部分。此外，也本身也是非常有趣的内容，小朋友易于接受，也适合作为**全站内训**，**联合内训**等面向其他部门的交流内容。
- 调研的内训。这是由于大家的调研思路往往局限于问卷，问卷的制作也非常考验大家的逻辑思维。此外，这也是现实中产品迭代不得不做的内容，对小朋友们的日常生活（课程）可能也有帮助

0.国庆作业

目的：让大家国庆不要闲着，看看视频也是好的

Tips：

- 国庆这时可能纳新还未结束，中管自定决断即可。

历史记录：从剩女有印象的2018年开始，后同

- **2018**：寻找产品方面相关的视频、或感兴趣的产品，给出相关点评
 - 评价：
 - 写了很多的东西但例会上感觉没有办法深入讨论，有些浪费
 - 视频的表现比较好，大家一起看，其乐融融
- **2019**：观察往年Google design award，选择一款你喜欢的进行点评
 - 评价
 - 目的是让大家多去了解得奖的好产品，但大家往往会选择自己熟悉的，起不到博览的作用，且对于产品的理解往往局限于先前的固有讨论
 - 大家写了太多的评价，没有时间点评
- **2020**：

问题集合：

- 小朋友们有点卷，要把要求描述清楚，否则小朋友们实在会写很多，没有必要
- 很难让小朋友们扩展思路，大家还是会依赖于原有的知识去回答，而起不到接收新东西的作用。归根到底，还是大学这种“自学”的观念没有建立起。

建议与改进的方向（某年尝试之后就可以把他加入到历史记录或已进行的尝试，标注上提出者方便进行进一步的沟通）：

- 可以由中管指定片子让大家看，这样相当于强制进行新思路的拓宽，坏处是缺乏一些个性，可以既有必选也有自选（by: 剩女）

1 PPT

讲解PPT制作的一些注意事项

- 动画与切换：office365后支持的平滑效果
- 字体
- icon 配色 等资料来源网站的介绍
- 播放技巧
 - 扩展屏
 - 快捷键
 - 禁用动画
- 如何学习相关知识，学习资源与渠道
-

资源：

- 祖传的环姐PPT，历届中管PPT，bbs应该都可以看到

tips:

- 之所以第一个讲，是因为第一次**潮内宣讲**的作业需要用到这方面的知识

存在的问题：

- **展示技巧**尚且欠缺，可以在第一次也内训一些做展示技巧
- 内训后小朋友们PPT做的还是比较垃圾，可能是内训没到位，建议可以对照着之前**宣讲PPT**进行一些解释：如需求，为何设置哪些内容等
- 口头的讲解小朋友们接受度有限

改进的办法

- 同时内训做演讲的技巧
- 对着先前的宣讲PPT/二面PPT进行一些设计思路上的讲解，加大实例讲解的比重

1.5 宣讲作业

去每个部门进行各大产品的潮内宣讲

目的：

- 主要：锻炼小朋友们的展示能力，检验PPT制作能力
- 增进产品小朋友和潮内其他部门朋友对求是潮产品的熟悉

流程：

- 为各小朋友分组到各大产品（充分考虑小朋友们报名意愿），每次每组至少派一个人去各部门例会宣讲。
 - 在去各个部门的时候请各位**中管**做好引导
 - 一般每组5min，合计20min（根据产品数量决定）
- 第二周现在本部门内进行试讲，进行提醒并相应修改PPT后适时（看大家的质量）决定是否开始去其他部门宣讲
- 与其他部门联系宣讲时请做到尊重对方，提前较长时间进行沟通，避免今晚宣讲下午才通知的情况
- 在每次宣讲后，在**群里**指出大家宣讲过程中存在的问题以帮助大家更好的提升
 - 选择群里而非私聊的原因是：让未参与的朋友们也能在其中得到了解与提升；可能存在的问题是：大家不看，或者没有太深刻的替换

结果：

- 通常情况下，可以看到一周以内小朋友们明显的进步，无论是对内容，时间的把握，还是自信，台风

问题：

- 请中管合理安排与分组，提前联系好其他部门，三次握手确认

2 需求文档

讲解如何分析需求，理解需求，传达需求，撰写需求文档

- 分析需求：从现实中获取需求，一个很重要的概念是鉴别**伪需求**（祖传的伪需求例子.jpg）
- 理解需求：核心需求是什么？这些需求的重要度如何排序？什么是最急迫的需求？
- 如何通过**需求文档**的方式向乙方**合理且清晰**地表达自己的需求

tips:

- 之所以第二个讲，是需要先开展产品**金点子大赛**，主要是为**Workshop**提供原始的想法积累
- 需要紧接着进行原型的制作来完善这个idea

资源：

- 历届中管祖传PPT
- 《人人都是产品经理》，这本书其实是重需求思想的

2.5 “金点子”大赛

第一阶段：想需求，撰写PRD

第二阶段：做原型落地

存在的问题：

- 大家的想法都太烂了，原因有以下几个
 - 本身校园内未解决的需求已经很少，很难想到一个比较好的idea
 - 大部分小朋友都会从面试表里提到的idea入手而没有新思路，而那些往往难以开展。我的想法是，**在例会上就可以把报名表里比较经典的问题挑出来讨论一下**
 - 小朋友确实难以短期内迅速适应角色从而给出合适的idea
- 在协作上大家会趋向于寻找旧队友

解决的办法：

- 强制要求与非二面组的朋友或最多一个组队
- 在例会上以报名表中提到的实例进行讲解

探讨的问题：

- 是否需要将这个作业作为**Workshop**的想法积累？因为事实上**Workshop**的想法也很不成熟，更遑论这个作业了。如果将目的作为让大家做自己喜欢的，提高自己积极性的，是否会更好？
- 需求文档本身也没有一个明确的定义，不同的产品经理就有不同的理解，虽然这是事实，但是或许还是会对小朋友们**产生一些误解**。不少小朋友反馈，不知道PRD要写哪些内容，又考虑到小朋友的内卷属性，他们会写很多part，而其中的很多是没有必要的。

相关的资源：

- bbs金点子版块里有一些比较优秀的范例（好的点子，或为什么不行的点子）
- 历届金点子大赛的结果分析
- 2020剩女某次垃圾分类内训着眼于此

3. 原型内训

讲解如何制作原型，如何通过原型去展示自己的想法

- 常用的原型软件的优劣对比

软件	优点	缺点	tips
Adobe XD	免费，格式兼容Sketch等软件	科学上网安装（但这不是问题）	可以作为原型软件的基石，搭配蓝湖分享
墨刀	简单易上手	协作不便，可扩展性差	用于二面迅速上手十分适合
Protopie	有非常多的交互可以选择，支持导入XD等格式的原型文件	在上面进行原型制作就是一坨屎；太贵了	建议先用XD做好设计，用Protopie制作交互
Figma	网页端，协作方便	科学上网，英文	
Axure			
Sketch	设计师都喜欢	仅Mac可用	

- 接下来以XD为例
 - 如何安装XD？
 - XD的设计页面
 - 图层管理
 - 使用技巧：
 - 重复网格
 - 各类快捷键，如v, e, alt拖拽等
 - 插件的安装（需科学上网）
 - 批量添加图片
 - XD的交互页面
 - 跳转方式
 - 善用叠加实现复杂的组件功能
 - 跳转动画
 - 善用XD的插件（可能需要科学上网）
- 如何分享你的原型 —— **蓝湖的使用说明**
- 原型设计的不同流派与目的
 - 高保真/低保真
- 原型设计的目的
 - 只要能**合理且清晰**地表达了自己的想法即可

tips:

- 之后就**金点子大赛**的想法改进后制作原型作为作业
- 感觉原型还是非常需要上手练的，空洞的讲可能效果比较一般，我个人比较推荐临摹作业与多做现场的展示

历史记录：

- 2018-2019：内训墨刀
- 2019-2020：内训Adobe XD
- 2020-2021：内训Adobe XD，但XD逐渐走上收费道路，**科学上网安装**等也给小朋友带来一些困难

3.5 金点子大赛第二阶段

特指PRD内训后的点子与原型内训后的原型

存在的问题：

- 大家都太卷了，感觉有的时候花费了过多的精力在细枝末节，可能带来不好的合作体验，作业体验等
- 感觉给小朋友们的反馈不太足，辛苦做了一周的原型只是简单点评了十几分钟，感觉有些不妥；但花费大量时间则既难以提供有效意见，又占用例会时间。
- 做原型的只是组内的某些人，无法起到普遍锻炼的作用
- 例会上对每组的点评时，其他组感到无所事事
- 例会上点评相比于付出的时间显得有些随意
- 到了最终，小朋友们往往囿于时间等因素也不会对点评发现的问题有较大的思考与提升

解决的办法：

- 多进行优秀原型的展示：但由于目前没有公认的特别优秀的产品经理做的原型，以后或许会有
- 更改作业的模式与形式
 - 以提高原型制作水平为目的，就改为每个人做一些**小的，确定的临摹作业**（设计就有这类作业）
 - 以原型设计思路为目的，就类似填空，给不完全制作的原型补全
- 可以考虑并行对每组点评，但这样带来的问题是组与组之间信息隔绝了，可能不方便大家进行沟通与交流。
- 多增添互动环节，别的小朋友对交叉组的点评等。

4. 交互内训

介绍交互设计的一些范式，常用的交互设计的一些思路，以及多了解优秀的交互设计范例

- 交互设计范式
 - 简洁：不要有过于复杂的交互，如一次点击可以解决的不要用三次点击
 - 状态可见：交互应该给用户以良性反馈，如QQ/微信 tabbar切换icon, 加载的进度条给用户可见反馈
 - 可撤销：对错误的决策需要有可撤销的方式，如已删除进入回收站
 - 防误触：考虑到用户的误触，交互设计应有比较高的容错率。比如在退潮等重大事件上应该有确认的复选框
 - 交互隔绝：避免交互的冲突（尤其是全局手势与应用手势），双击、三击这类难以区分的交互不要同时使用
- 交互设计思路，其实和范式有点相似，这些名词是我自己取的
 - 扁平化：不要有过多的页面切换
 - 模块化：相近的功能模块应处于比较接近的位置
 - 高低频分离：高频功能放在更易于使用的地方，类似于**霍夫曼编码**的思想
- 交互设计范例
 - Prototopia的document
 - Apple的交互简约风格

历史记录：

- **2018**：全站内训by剩女，PPT在bbs内训楼

资源：

- bbs祖传历届中管PPT
- 《产品经理从0到1》：这本书比较偏向设计和交互
- 2019剩女全站内训PPT

Tips:

- 交互设计非常注重实例，以往的PPT内也会有非常多的实例辅助讲解
- 交互设计相比于前面抽象的东西，互联网上的资源较多，更新换代也较快，需要中管多提升自我紧跟学习
 - 例如手机进入大屏时代后，会涌入新的交互模式
 - Apple 3Dtouch硬件上支持更创新更立体的交互

5. 调研内训

介绍产品开发时需要进行的一些调研工作以及如何去进行调研

- 调研的形式：问卷，访谈，实地考察等
- 调研的侧重
 - 广度调研：打破Information bubble，让产品经理了解到人群需求的分布
 - 深度调研：用户画像的意义所在，洞悉特征人群的特点
- 调研的思维模式，通过自问以下问题去确保调研的有效性
 - 调研的目的是什么？我如今调研提问的问题中是否每一个都服务于目的？
 - 调研的对象怎么想？看到如此多填空题的问卷是否用户会给出真实的回答？考虑伪需求？
 - 调研的意义是什么？假设调研有了我想要的结果，是否能较好的作用到我要开发的产品上呢？

历史记录：

- **2019**：内训by.花魁，资料在bbs内训楼
- **2020**：内训by.钢丝球

6. 一些不得不掌握的产品技能

- 信息素养（理论上来说加入产品的同学信息素养应该较高，但.....
 - 基本软件的使用技巧：如微信，QQ，PPT等等，提升效率的小技巧
 - 对电脑的使用
 - 电脑快捷键，分屏，投影等基本操作
 - 你了解你的电脑吗？内存，硬盘，CPU
- 挑出来的特别重要的信息素养
 - 科学上网
 - 投影方式（尤其是**扩展**
 - 快捷键使用
- 抓住重点
 - 找需求时需要抓住重点
 - 确定功能优先级时要抓住重点
 - 说话，表达自己观点的时候也要抓住重点
 - 出现问题时要找到问题的核心在哪里
- 自主学习
 - 明白大学就是自学

- 掌握自学的方法与技巧
- **最重要的是不要有畏难情绪**

7. 技术向的内容

前端后端的基本知识

- 【问题】：我原本以为这是很容易定性分析的东西，后来我发现对C都写不熟练的朋友们来说，这实在有一定难度
- 了解前后端的基本知识尤其对于网页开发格外重要，如果你不知道前端和后端的区别，有的时候你连需求都描述不清楚

我们为什么需要了解前后端的基本知识呢？

以rop为例，你可能会说，我想要实现对表单的移动，技术让你给出后端的需求，而你可能在纠结我到底是通过点选，还是拖拽呢？想了半天，技术会告诉你——“后端里这两个都是一样的，你说的是前端的”。了解前后端的区别可能让你更清晰地规划你的产品层级，也更好地和技术一同规划开发工期与进度，同时，也避免你提出一些可行性太低的idea。具体地前后端基本知识，会在《产品从-1到0》的教材里有比较多的提及。

注意！这方面不要太依赖邀请技术来内训，如果他们不能很好地接地气内训，大家反而都听不懂的话，还不如我们自己来。所以联系技术的时候也一定要描述好自己的需求，告诉他们我们小朋友的实力和水平大概在哪里。

尽管名义上我们不需要任何技术背景，但如果你想在产品这条路上走地更深远一点，我想这些是必不可少的。可以看一些B站HTML, CSS, JS三件套的简单网课，对着写点代码，也会让你有很深刻的体悟。

8. 以下列一些好的主题及供参考

- 演讲与展示的技巧
- 如何培养产品思维
- 等等

9. 内训相关方面的尝试（防踩雷）

为了解决产品小朋友在技术和设计上能力的不足，2018年抽搐鸮将产品内对技术/设计有意向的朋友们外派到对应部门学习

但得到的反馈是

- 太难了.....尤其是技术那边，根本听不懂

所以后面陆续就放弃了。所以如果你有依仗别的部门补足我们这部分实力的想法还是可以再想想.....

内建

历史方法：

- **圣诞节互送礼物！：**
 - 圣诞节前每个人准备一个礼物，到时候抽签送给谁
 - 由于xgb要求不能以洋节为由举办活动，可以说是剩诞之类的，总之之中管多注意找借口
 - 记得借大一点的场地
- 当周附近有小朋友过生日可以一起订蛋糕
 - 很老的老人，别的部门朋友，没吃到的可以不收款
 - 可以准备给蛋糕的surprise，但挺尴尬的
- 日租：
 - 一般在冬学期第一周末
 - 人少的话可以订比较小的地方，既便宜，大家又能玩到一起，不至于各玩各的
 - 日租的时候吃饭问题自己做感觉挺尴尬的，出力收拾也麻烦，可以考虑点外卖代替等（时间都留给玩
 - 日租保留项目可以有：打桌游，玩switch，一起看剧 等
- 春游：
 - 一般在五一劳动节假期、清明节假期附近
 - 历史上：以前去过杭州附近踏青，2019年剩女带着老人们去了宁波方特
 - 关于春游的地点大家肯定各有各的想法，负责人需要果断一点，当机立断，独裁决定以推进进行
- 毅行：
 - 需要小朋友们手速够，这个没什么好说的
- 此外我想到的平时其他的
 - 元旦等节假日一起玩
 - 办公室玩switch，拼拼图，打桌游

注意事项

- 内建是小朋友们熟悉起来的重要方式，依靠传统的项目组协作很难让每个人足够交叉而熟悉起来。故首先我们需要重视内建
- 在收款等问题上，尽量优待其他部门小朋友（尤其联系人）与老人。多给他们白嫖（不是）

与其他部门的联合内建

- 切忌喧宾夺主。在小朋友们刚进入部门的初期仍需要首先注意本部门的内建，否则小朋友们与其他部门朋友的关系更熟悉岂不奇怪。且与别的部门朋友更多的仅仅是玩，而与自己朋友还会有工作上的交流。
- 联合内建可以采用周末共同大西区草坪打桌游的模式，一些适合的桌游
 - 哈铃果铃（德国心脏病）
 - 不要做挑战（害你在心口难开）
 -

产品推广

产品推广是我们的本职工作之一，这方面的经历比较靠近推广策划。

主要目的：让更多的人知道我们的产品，尤其是在新生入学，纳新阶段

纳新季的产推

纳新季的产推是一年以来最重要的机会，刚好产品在军训期间是没有事情的，内容包括但不限于

- 发放产推传单（和纳新传单一同相辅相成）。
 - 数量上一般历届发放1000张左右
 - 产品是发传单的主力军，因此我们的产推传单靠自己发的多也正常
 - 补充一些发放传单的关键知识
 - 在学园下发进门的而不是出门的，否则出门肯定玩去了立马就扔了，回寝室还能说不定看两眼
 - 不要光发，嘴里要有带着说的话，如“最近是选课期间，求是潮选课助手帮助您选课了解一下”
 - 产推时也突出“求是潮”字眼，辅助纳新
 - 要主动发，产品的同学更应该主动大方，尤其是遇到几个人聚在一起的，这时说一遍词可以一堆人听，效果显著
 - 一般发传单会以学园楼下和文广为主要阵地，文广如果遇到保安赶就游击战
- 线上推广，借助求是潮大号发放产品推文，几个产品合一发放即可
- 联合推广，以前尝试过的
 - 向打印店提供求是潮box的鼠标垫

日常推广

具体到产品的日常推广会在日常运营中写，这里仅介绍日常推广的思路

我们为何要进行日常的推广？

除了mobile具有较为稳定的流量，哪怕是enroll如此稳定的产品的覆盖面也有限，大约每届4k人使用（数据由enroll后台提供，见中管权限部分），box更不用说。且目前贵潮还有新产品开发推广的计划，日常推广更显得格外重要。意义上，能让更多的同学意识到我们在他们的日常生活中付出那就足够了。这也算对得起贵潮的开发者，设计师，产品经理们，如果一件好的产品不注重推广，大家都不知道，那又有什么用呢。

而推广恰恰又是最容易被忽略的，就像我们写作业一样，写完作业就立马开始摸鱼，做完一个产品也会有类似的心态，让你觉得好像做完了就不想努力了。但请重视最后的推广这一过程，要知道对于成熟的电影来说，宣发成本可能达到其余成本的一半多呢。

推广与运营其实是相辅相成的，尽管我这里分成了两个部分，但在思路很多是一致的。好的运营为你积攒的口碑也会反作用到你的推广上。因此也不要只重推广不重运营，事实上恰恰相反，运营和产品的口碑息息相关，反而是更加应该注意的。

产品运营

总体

求是潮用户反馈群：557339512

本群于2019年由剩女创建，作为求是潮主要产品的用户反馈收集处

- 请各位中管及时在群内解答用户的问题
- 请指定关于本群的详细运营计划，如
 - 中管关于本群的分工
 - 如何让小朋友们参与到本群的答疑（请确保每个小朋友都在群里
 - 结合工作组，产推，充分利用本群
 -

iOS mobile 反馈群：515794930

本群早于上面群聊，只用于iOS mobile的反馈收集，注意事项同上

各产品

mobile

考试信息问题

由于每年总有学生因为mobile考试时间错误自己错过而甩锅给我们的

- 但我们从未遇到过可复现的例子
- 毕竟如果学生真的错过考试，甩锅给我们到教务处闹显然是他的最优解，我们也需要判别情况的真伪

但这也要求我们需要不断加强mobile在这方面的免责，使用的方式有

- 考试周前通过mobile反复发放通知，让同学们注意到教务网检查考试日期
- 在mobile查看考试日期的那一个页面通过底部提醒同学们“去教务网查看考试信息”

建议是用的其他方式：

- 也使用类似box免责声明的方法
-

这个问题xgb总是来找我们茬，各位中管需要有比较好的对这个问题的了解与思考

内网外网问题

有时mobile不得不限制外网访问（如71,国庆等日子），这时需要向用户做到比较好的通知说明

mobile可利用的点

mobile稳定用户量较高，结合我们可以发放的mobile通知，可以为其他产品引流，也可以为我们的其他活动做宣传

如何发放mobile通知请见本手册的中管权限处

box

box运营

- 逢节日更换box皮肤，记得提前下单，尺寸可以去Box后台查看
- 日常推广：
 - 如向打印店提供求是潮box的鼠标垫
 - 每年考试周前我们会和郁林合作，他们会通过box发放复习资料

box的问题

- 2019年出现过有用户使用box上传违法文件的先例，为此我们撰写了box用户须知，免责声明等
 - 但在这之后，关于box是否需要登录上传的讨论未曾断过，毕竟无需登录曾经是box的主要宣传点之一
 - （个人意见）：上传登录，下载不登录是比较好的解决方案

box注意事项

- 网盘发展日新月异，需要及时探索未来的发展方向
- box的参数设置上，如文件上传大小限制等都需要与时俱进

选课助手

enroll运营

- 选课第一天工作人员仔细核查enroll插件的bug
- 那几天及时在用户反馈群里答疑

enroll推广

- 选课前推文宣传：祖传的
- 选课前发传单，类似纳新期间的产品推广
- 结合mobile推送

推文

主要模块为App4u，将我们熟悉的产品推荐出去

历史模式：

- 2018-2019：
 - 有固定的推文组负责推文产出
 - 问题：推文组本身负担过大，且无较好的想法，推文题目质量不高
- 2019-2020：
 - 模式1：轮流招募固定的小朋友负责产出推文
 - 问题：解决了部分小朋友负担过大的问题，但推文排版实际上需要长期的练习，短期招募的小朋友可能在制作上较为缺乏经验；且题目质量不高的问题依旧存在
 - **模式2：有了一个确定的题目后感兴趣的小朋友一起做，类似接单制**
 - 产出了2020年**有限屏幕无限效率**等高质量推文。优势在大家确实热爱该题目，会产出质量较高的结果。但问题是大家的排版水平不够，可能需要多与推广朋友联系，寻求他们的帮助。本模式试行半年效果较好，可以考虑推广。
- 2020-2021：

- 没发

需要考虑的问题：

- 推文排版是需要一个长期的锻炼过程，初上手的小朋友可能很难熟练使用秀米排版（也有审美的问题存在）
- 推文是我们主观想做的，不应该用较低质量的内容糊弄别人也糊弄自己。故需要保证有较高质量的产出。
- 推文制作在初期还是较为耗时耗力的，需要公平地安排该工作。

固有推文：

本部分的推文是例行工作，写在这里**一防止各中管忘记与推广协商时间，二也可以提早安排这些推文的制作、适时更新。**

- 在选课期间附近推送选课助手的宣传推文
- 考试周附近与郁林合作推出资料放送 + box的宣传推文
- 纳新期间需要每个部门例行的宣传推文
- 考试周开始前最好能推送信息告诉大家**考试时间以教务网的为准**
- 此外就是App4u的日常分享了

一些小的事务

贴课表

打印出各教室的课表贴在相应门上，如今各教室有了平板在门口，可以思考相关革新。

如何获取各教室的课表可以咨询**抽搐鸩**（因为我不会所以不清楚，日后有看到的朋友可以更新此处），脚本文件在询问到后请做好备份。

Tips：随着学校更新了教室外的设备，这个是否有必要继续可以讨论与商量

固有流程

实习期考核（三面）

考核时间：

一般在金点子大赛后，一定在日租（冬一）前，否则日租完又退潮不是尴尬的要命

考核标准：

- 在过去的活动（全员大会，宣讲，金点子组）中是否有足够的参与度
 - 不仅是他个人是否愿意留在求是潮，某种程度上也让其他小朋友得到公平地对待
- 个人性格是否存在缺陷，使得与人交流会使其其他人感到不适
 - 尤其注重小朋友们互相的评价与态度，避免内部裂隙是第一要义
- 能力上是否存在缺陷，在今后与其他部门合作时带来不好的影响

面试历史流程：

- 2018-2019：
 - 每位小朋友自选题目制作原型作为三面的作业。
 - 群面：多面多
 - 面试时就这段时间对已有产品的了解，活动参与度等常规问题进行提问与了解

- 下一次例会吓某些朋友被退潮了，让他们发表感言后告诉真相（玩）
 - 被吓过的有盒子精，摸金 xs
- 2019-2020：
 - 考虑到小朋友们的时间，仅给定一份包含常规问题的报名表，填表作为小朋友们的作业。报名表可以在后台资料备份里查询到。
 - 面试形式：先就**对老人/部门的意见**等可以防止重复提问的问题进行多面多群问；之后分开（一些老人对一个小朋友，并发）单独对小朋友进行**对其他小朋友的意见**等问题进行提问
 - 考虑到真的有朋友退潮了，2018-2019的吓人环节就没有继续。

一般三面的重点事宜：

- 过去的合作中小朋友可能对其他小朋友有一些不好的印象，我们需要帮助其他的小朋友解释（可能是时间安排不过来，专业面试等），消除大家相处过程中存在的误会与可能的隔阂。当然也不是诡辩，是基于事实的辩解，对确实不积极参加的也会多敲打甚至做退潮处理。
- 对小朋友存在的性格问题进行一些人生建议上的指导。如难以控制情绪等。
- 对小朋友的生活困难给予一些帮助。如时间管理技巧，在大学中如何取舍。
- 尽量把退潮朋友安排在最后几位（最后一天）面试，以防小朋友们交流信息让其他小朋友有不好的心理体验

退潮朋友的事宜：

- 视频每年有严格的退人流程并且会录音，可以向视频取经。
- 对被退潮朋友的三面进行稍不同的流程
 - 必须一对一，在较为密闭的场所（如208,215）。这是由于被退潮朋友的情绪不好预测，且可能需要较长的时间。
 - 反馈环节仍可以存在，剩余的环节就以挑出他存在的问题（如不积极参与，性格问题等）为主，直击要害。目的在让对方意识到这些日子自己做的确有不足，做铺垫。
 - 表明退潮的一些说辞举例：
 - 您可能会在这里承诺以后会更多参与求是潮的活动云云，但我作为产品运营部门的中管，无论谁坐在这里我都不能相信这一面之词
 - 综上，我们认为在接下来的日子里您并不适合我们这样一个团队。这并不意味着对您个人的否定，通过一面，二面，我们其实已经认可了您的能力。但产品经理本身就是一个需要主动去提出想法的角色，而不是被动地去付出。现在的我去报名技术、设计肯定也会被拒绝，但这并不意味着我个人的能力有问题，没有人能在每一个领域做到最好，我们只是暂未找到最适合我们的那一个。也祝愿您在今后的生活中能找到自己最热爱的事情，在其他的领域发光发热。
 - 三面一定不是一个最好的选择，没有什么能让我们彻底的评价死一个人。但它一定是最公平的选择，就这几个月来的表现，每位小朋友都在同一起跑线上。也请您理解我们作为管理层不得不做出的公平考量。
 - 对于感情较为脆弱的中管需要提前做好心理建设
 - 对于被退潮的小朋友需要及时做好心理安慰
 - 退潮的后续：退群、移出晚安短信标签等操作及时跟进

Workshop

时间安排：

一般在期中考试后第二/第三周进行（避开第一周的日租）

内容：

产设技三个部门的小朋友合作分成若干组，在定时间内描绘一个想做的产品的蓝图。

前期准备：

- 与另外两个部门提前沟通，同时也沟通未来工作组的规划
- 物资：
 - 一些巨型的白纸和记号笔
 - （或许）一些零食

工作组划分

划分的依据：（排名从上到下分先后）

- 考虑小朋友们的性格与合作
 - 太强势的人与太弱势的人不适合分在一组，弱势的人会咕掉
 - 两个太强势的人不宜分在一组，会产生严重的分歧
 - 两个太弱势的人不宜分在一组，会难以推进项目
 - 部分工作能力不足的朋友需要有工作能力较强的人带着
 - 等等，总之就是考虑大家是否会有适合的合作模式
- 其次考虑小朋友们的适合程度。不同的项目需要不同的能力，如
 - Mobile等旧项目组需要任劳任怨型
 - enroll等产品性较弱，运营性较强的产品需要少咕多做
 - 新项目等产品性较强，可能需要有较高质量的想法与能力
- 最后再考虑大家的意愿，当然如果有意愿以外的安排请务必与小朋友们确认

网络文化节

这部分移动至专门的《网节手册》

与其他部门的合作规范

设计

- 向设计下单时请尽早提前（主要是网节宣传品），若许久未有人接单可以私戳设计的中管寻求帮助（让他们在群里提醒或私戳小朋友）
- 严禁擅自更改设计师的宣传品，需要更改请联系对应设计师确认
- 请明确大小等规格后详细下单。如易拉宝有两种尺寸（抽出型的和海报一个比例，还有支架类型）
- 合理考虑工作量，避免给设计师太大的负担，同时也要尊重设计师成果，在宣传上用心用力。2018年的网节橙光游戏就消耗了大量的设计师心血但最终效果不佳。在此剩女也向设计师表示抱歉。

技术

- 求人先求己：在相关问题不了解时，先通过搜索引擎等帮助，解决不了再去咨询。询问时也尽量做到专业，明确需求，输入输出。
- 不需要畏惧沟通。如果有需要沟通的不要胆怯，可以适时寻求老人帮助。

网络工作室

- 产品经理的工作应尽早完成，给设计师、工程师预留足够的时间
- 产品经理应当担任决策、组织的责任，但不应咄咄逼人，在尊重每一个人的意见前提下给出决策。

推广

- 网节期间跑表等推广专业的问题及时进行沟通解决，以防造成网节现场没有场地等尴尬的问题。
- 如有推广忘记的事情，如上述忘记借场地，我们也应该及时提醒，做好整体的统筹与规划

工作组概览

Mobile 全平台

工作：

- 权限相关的：
 - 校历修改
 - 友盟的消息推送
- 在各反馈群及时回答有关Mobile的疑问
- 在考试周附近提醒各位同学不要轻信Mobile的考试信息，请去教务网查询。可以发布相关公众号、Mobile推送消息辅助
- 校车等功能需要定期核查

问题：

- 对Mobile出现的一些Bug，产品自己人都不甚了解，这也受限于大家的技术水平。可能需要对常见的问题对内部人士做一次系统的介绍。
- Mobile本身过于庞大，在其上做大规模的更改需要极大的成本，故难以推进。只能做一些细节上的修补这样子。
- 被学工部总是念叨的问题有：据说每年都有因为Mobile上考试时间和实际不一致导致错过考试的人，我们的对考试时间的提醒（提醒以教务网为准）还可以更清晰一些。当然，上述错过考试的人样本太少，想去做一些调研也苦于找不到样本。

Enroll

工作：

- 在选课前提前测试enroll版本的正确性，能否正确的下载安装使用，做好预期工作包括
 - 提前准备好一些浏览器的适配使用说明形成文档发在群文件（日后有了网页端及时维护更新）
- 选课期间及时在反馈群回答有关安装的提问
 - 对常见问题可以发送集中群公告。
- enroll新功能的开发

问题：

- 没有严谨的测试流程，到了选课集中期间仍然会有不断出现的新问题
- 对选课助手出现的一些Bug，产品自己人都不甚了解，这也受限于大家的技术水平。可能需要对常见的问题对内部人士做一次系统的介绍。

ROP

工作:

- 与各个组织、社团协商rop的推广工作
- 在纳新前（主要是暑假，时间也充裕）进行一波对接，集中的测试
- 在纳新期间组织rop的使用教学
 - 撰写详细的使用说明书，但尽管如此可能有人仍然不愿意看，需要面授教学
 - 确保潮内各个部门中管都可以正常的使用rop
 - 对其他组织社团组织教学
- rop产品的迭代开发
 - 已有bug的及时修复
 - 为了给用户更好的体验，不断优化相关流程
- rop整体项目的推进
 - 提出新issue并督促旧issue的解决
 - 规划rop发展的时间线

问题:

- rop总是面临重构困境，由于先前代码规划的不好而难以实现某些功能。在产品方面则需要尽量考虑周全地去完善每一个功能，制作详细的PRD与原型。
- rop所需要完成的需求过多。有时候比较依赖产品经理的能力去管理好每个需求，可以考虑让更多的老人、小朋友参与该项目以共同完善。

Box

工作:

- 在重大节日前向设计下单box皮肤，并及时在box首页换上
- 考虑box的推广问题，并去做出一些努力
 - 2018,2019均在各打印店投放了鼠标垫宣传品
- box产品的迭代与开发
 - 思考解决box安全问题
 - 提高box核心竞争力

问题:

- Box推广难：Box作为新生眼中的新产品，接受的过程也是改变习惯的过程，这个过程相对比较困难。可能需要一些实际的机会去操作才能体会到BOX的好。
- 在网盘刚兴起的年代，Box作为云U盘是有极大的优势的。但随着时代在进步，其不可替代性逐渐减少，故box本身或许也需要提高核心竞争力来更好的适应时代的发展。
- 在一些打印店，时常出现Box无法登录的玄学事件，需要不断排查

项目理解:

- Box的核心优势
 - 免费/无需登录/上传下载的交互简单

主站

工作：

- 明确主站的定位——门户网站？宣传阵地？资源窗口？
- 基于规划主站的发展模式与方向，明确主站在各时间节点该做什么事，例如
 - 纳新季适配纳新需求
 - 网节季宣传网节内容
- 结合机遇，勇于创新
 - 如以20周年为契机，推出定制页面等

问题：

- 定位不清晰
- 网页风格难以紧随时代，显得陈旧
- 如何更好地利用主站，让其发挥价值

一些开发中项目组的介绍：

Notify / bucket

需求：

校内的通知繁杂，难以定向了解，希望开发一款面向学生，精简消息通知的App

内容：

- 爬虫/或向有关部门索取接口，获取各校内网站的通知
- 通过订阅制等机制，给用户精准投放内容

工作规划：

- 产品向的PRD、原型
- demo的测试，机制的完善
- 上线后的反馈追踪，迭代等

问题：

- 机制可能存在的问题
 - 过多推送使用户繁杂但不会漏消息
 - 精准投放使用户舒心但可能遗漏消息

Wiki

需求：

仿照Wikipedia, 一款面向浙大学生的百科全书

内容及发展方向：

- 融合类似推文的Tip需求，使得面向校内的搜索引擎可以更多的帮助大家get校园生活
- 对一些梗词条的编辑，增加趣味性
- 以词条的形式记录一些重大事件，或许可以考虑与**资讯**合作产出高质量内容

- 同时也是一些资源的存放处，如新生手册等

问题：

- 如何制定审核机制，既不违反Wiki的理念，也使得在如今的体制下存活
 - 防止低俗、不合时宜的内容出现
 - 保证高质量的内容
- 如何原始资本积累，需要以什么形式推广、组织大家编写词条
- 编写词条的技术如何学习（包括产品小朋友可能也需要一些学习
- 需要详细的定位与规划

社团平台

需求：

校内社团、组织发布信息依赖各自公众号，消息乱，杂，且对用户不友好，希望开发一款面向学生、组织、社团的信息交流平台

内容与发展方向：

- 以纳新为一个大的方面的需求，规范管理各组织纳新季的报名表，报名时间，内容等
 - 考虑到目前各大组织纳新人数日趋减少，这样一个平台也起到了规范化、向学生们推广组织、社团的作用，使得求是潮起到了足够的担当与责任
 - 可以考虑与社联合作社团相关事宜
 - 与ROP合作，推广纳新方式
- 社团、组织入驻机制
 - 在其中社团、组织可以及时发布信息
 - 希望浏览相关信息的朋友可以了解到，既为组织社团宣传，也让想参与的人有了解的渠道，win-win

问题：

- 体系庞大，需要精心设计
- 入驻的机制要使得组织、社团保持活力，不要走Notice老路
 - 注：Notice死亡原因之一是组织、社团发布内容不积极，使得用户失去信任度
- 如何维护用户的信任
 - 假使平台招揽了70%的社团，担仍有30%的搜索不到，起不到平台的规范作用，也会让用户流失信任度
- 如何彻底规范流程
 - 对组织社团，前期该平台只是作为他们推广的并行项，即他们并不会放弃原有的宣传、推送手段，如何更规范机制呢
 - 当然这是很后面才会出现的问题了，可以暂不考虑
- 主要参考Notice的发展过程，少走弯路
- 该项目需要多调研，多合作，集全体社团组织之力
- 纳新季是宣传推广的好时机，如要推出建议以纳新季为重点

常用的方式暂时存在后台的一个产推楼里，日后搬运

老人寄语

汪奕晨 剩女 18级数学与应用数学 2019-2020年总监：

成为中管实际上是以另一种视角去体验、观察产品、求是潮。途中会遇到一些困难，正如我先前所写，我们的工作太多情况下是在争论中完成，不同的人对一个问题会常常有不同的意见，所以在这个过程中既是对大家思辨能力的提升，也更考验大家的组织能力，如何去协调好大家不同的意见。期间不同的意见可能会让中管感到喧宾夺主，感到对部门没有足够的掌控力。但请相信每一个人都是为了让产品变得更好，如果对顾问对老人有什么意见大可直言不讳。我所评价的求是潮就是“玩时有趣，工作认真”，每个人会处理好生活与工作的分离，不会带入过多的情绪。而至于顾问/老人的视角，或许等到大家中管交接完毕，再以新的眼光审视，又会有新的体验。

在学生工作中，仅仅依赖一年的传承是很难把一些东西做好的，这也是我写这个文档的初衷：希望记录更多的历史。而我本人也喜欢这种尘封的历史感，或许此时此刻的你，但我们在同一条轨道上先后行驶，这里的文字也像是我在与若干年后的人有一次直面的对话，听起来是一种非常奇妙的感觉。我赞扬求是潮的两年制制度，学生工作本身就并不容易，两年制甚至都不足以把一些事情很好的传承完毕。所以我们看到视频、技术等部门大五甚至更老的老人还活跃在内训的一线，这也是求是潮令我动容的一点，今时今日我能成为这些付出者的一部分也未尝不是一种荣幸。

其他学生组织的干事可能工作一段时间后会疑惑：“我究竟是为了什么而在这用爱发电”，从而不愿再承担管理的责任。但至少对我在求是潮的经历，答案已经十分明显：在求是潮你是自由的，你可以畅所欲言，可以尽情地反驳那些你看不惯的人或事，哪怕是学工部的领导；我热爱这里的人与事，这里的一草一木，这里办公桌上的每一台switch；有些时候大学生活是并不那么愉快的，我希望每一个得到我认可的、进入求是潮的小朋友们可以不为这些迂腐的形式主义、官僚主义而伤心而迷茫，我希望每一个人都能在潮认识到值得结交的朋友，精神有所寄托，从而度过快乐的大学生活。对于这个问题，或许不同的中管有不同的答案，但我想至少以2019年的浙江大学水平，说求是潮是校园内的一方净土也不为过。其实每个人都是浪漫主义者，祝愿大家都能体会到中管/顾问的浪漫。