



10 痛点、痒点、爽点都是产品机会




梁宁

01月14日



10 痛点、痒点、爽点，都...

11:03 5.18MB



梁宁亲述

上节课我们讲了点线面体。

不管你是做一个产品，接触一个产品，还是接触一个人，总得从一个点开始。

今天我们就来讲点。

痛点是恐惧

我们做产品不可避免地就要谈一个词叫痛点。

什么叫痛点？

我搜了一下，在“什么是痛点”的问题下，排第一的答案是：

“对于产品来说，痛点多是指尚未被满足的、而又被广泛渴望的需求。”

这个答案当然不对。

没有被满足用户只是难受而已，不能拿用户的难受当痛点，或者产品的切入点。为什么？我在下面会讲到。

反而一些网友讲自己的案例，非常有意思。

一个叫子柳的网友说：

手机上一天到晚都会收到推销的广告电话，恨不得卸载手机的通话功能，直到我遇上某某号码通。

碰到头疼脑热的小病，跑医院能把人折腾死，又不敢乱吃药，这时候有一个App就很好地解决了我的问题。

一个叫舒大畅的网友说：

当年的海飞丝广告就很打动我。我第一次拜访岳父岳母，肩上都是头皮屑，让老人一脸嫌弃；面试的时候衣服上都是白点，让面试官皱眉头.....这些都是很痛的事情。

你注意一下，上述场景中用户决定要用什么产品帮助自己时，他们用的一个词是“怕”。

痛点是恐惧。

接下来，我要讲一篇文章叫《如何抓住用户痛点做产品》。这篇文章的说法是错的，所以我当作错误示范来讲。

张太太是个全职太太，全职在家带两个孩子。她每天早上起床后，要先给两个宝宝做早饭，老大吃完后就要去幼儿园。张太太要推着婴儿车让老二坐在里面，再牵着老大的手把孩子送到幼儿园。

之后，她要赶紧回家，哄老二吃饭，并陪他玩耍。到幼儿园放学时，张太太又要带着老二去接老大。到家后先生也要下班了，她又要开始准备晚饭。张太太也有自己的兴趣爱好，有自己的想法和梦想，但实际上家务活已经占去了她所有时间。

接着这篇文章对张太太做痛点分析。

张太太没有自己的时间，时间全部被孩子占据了，能不能有一款产品解决张太太的问题？这不是她一个人的痛，这是一群忙于家庭生活的、大多数女性的痛。

这是痛点吗？当然不是，因为这中间没有恐惧。

爽点是即时满足

痛点，是做产品的抓手。另外一个做产品的抓手，是爽点。

什么叫爽点？

人在满足时的状态叫愉悦，人不被满足就会难受，就会开始寻求。如果这个人在寻求中，能立刻得到即时满足，这种感觉就是爽。

当年俞军在百度招聘产品经理时，招聘题目是百度如果要做音乐该怎么做？很多人都写了洋洋洒洒的规划书给他，有一个人只写了六个字：“搜得到，能下载”。俞军就挑了这个人，他就是后来当上百度副总裁的李明远。

当年互联网资源非常少，人们上百度找音乐找自己想听的歌，一搜就搜得到，还能下载，这就是爽。

今天的外卖，你在家用手机下单，吃的就送到你家来了。你在河狸家上下单，美甲师就上门给你做美甲了。有需求，还能被即时满足，这就是爽。

回到刚才的场景，我们知道张太太自我实现的想法没有被满足，这当然是不爽的状态。但是，你的服务可以让她即时满足吗？你能做个产品，能即时满足这类女性实现自我的需求吗？

这是个复杂问题，是不可能做到即时满足的。这不像是在游戏里顶个蘑菇加10分那么简单。

你看到了张太太不爽的状态，但是如果你没找到让她即时满足的方法，那么你依然没有找到这个产品的切入点。

为什么？因为自我实现其实是一条漫长而痛苦的路，人的本性是懒惰的。你看到一个人展现出了勤奋、规整、自律，其实这是被一系列的恐惧、集体人格、潜意识压迫，才会呈现出那个样子。

所以，如果没有恐惧这条疯狗追着，没有爽点这种满足感来持续喂养，只靠一个App帮助女性实现自我，那可以不客气地说，这就是个不痛不痒的产品。

痒点是满足虚拟自我

痛点和爽点，我们说完了。刚才说到不痛不痒，我们再说说痒点。

那什么叫痒点呢？这其实是我自己挖的坑，我以前在自己的微信公众号上写过一篇文章，叫做《痛点痒点》。

痛点已经成了今天互联网的万金油概念了。但今天满街都是创业者和投资人，只靠抓一个痛点做产品，其实不容易。

这时咱们发现近两年有一个现象，各种网红产品层出不穷。比如网红奶茶、网红酸奶、网红曲奇、网红洗发水，它们的爆红是靠抓住痛点吗？

显然不是，网红产品们靠的是痒点。什么是痒点？

咱们说一部大家都知道的韩剧《来自星星的你》。这是好几年前的剧了，我当时热追来着。我为什么会追这样一部剧？因为它的痒点非常打动我。

它讲的是一个女明星和外星人的爱情故事。听上去，这个故事创意也没什么新意，为什么当时那么火呢？

“痛点控”们总结说：这部戏抓住了女性对英雄和美少年合体的想象，满足了这个痛点。

如果这个痛点是对的，那么单靠一个痛点，怎么可能拍出20集九百多分钟的内容呢？怎么会让我们不停地看，还愿意不停地讨论，甚至做一些周边产品呢？

你可以翻一翻百度贴吧“来自星星的你吧”，看一下大家都在聊什么。我当时去看的时候，有600多万个帖子在讨论这部剧。

大家都在谈的是，教授（男主角都敏俊）的微表情、教授的眼神、论教授对二千（女主角千颂伊）态度的转变、二千的衣服、二千的妆容与唇膏、二千的配饰.....

这些其实都是痒点。

痒点是什么？这也是我自己定义的，痒点满足的是人的虚拟自我。

什么是虚拟自我？就是想象中那个理想的自己。

比如，我们看偶像剧，追星，看网文，看英雄故事，看网上的名人八卦，看名人的创业故事、成功神话。

你是在热追他们吗？不是，你情不自禁投入到关注的内容，是你的虚拟自我，是你自我想象的一个投射。

这时咱们再来说说这一波网红电商。

其实网红为你营造了虚拟自我的生活，是大家理想生活的投射。我们购买网红的东西，就部分地实现了自己的虚拟自我。

比如，淘宝第一网红雪梨，在谈她的运营经验的时候说，为了营造更好的形象，每次为新款的衣服拍照，只有45公斤的雪梨要提前一周节食。你在微博上看到的那种



要提前一周节食。你在微博上看到的那种非常“随意”的街拍照片，是她用10天时间拍摄，然后挑选和修图运营出来的产品。

在微博上发照片，就是她与粉丝最重要的互动。她要用她的照片，为粉丝营造出一种生活场景，她说：“你卖的其实是一种生活方式，它要满足女孩心中美美的幻想。”

雪梨的粉丝成套地买雪梨的穿搭，她们买的不是衣服，不是基于功能性的需求，不是天冷了需要一件衣服保暖。而是我要穿雪梨在巴黎穿过的那件衣服，穿上雪梨的衣服，她们就会觉得自己部分地过上了雪梨所营造的生活。

这就是一种虚拟自我的实现。

——◆ 本讲小结 ◆——

总结一下，什么才是一个产品的入手点。

痛点、爽点、痒点都是不错的点。这个就看产品经理自己对用户的哪个点感受最深、手感最准。

比如说，饿了要吃东西。但是“吃饱了”和“吃得很满足”，这是两个概念。吃个馒头能饱，但是仅仅是满足了功能需求，不能支持好产品的概念。

酣畅淋漓地吃一顿海底捞火锅，大汗淋漓，感觉爆爽。这就抓住了爽点，这是好产品。

怕吃火锅长胖，抓住这一点的恐惧，抓住痛点，也有产品空间可以做。

或者还可以做一个美美的网红餐厅，像雕爷做的薛蟠烤串。用户点一份干冰爆米花，吃一把，两个耳朵往外冒干冰的白气，人人都会拍张照然后发朋友圈，这是痒点。

吃顿饭，其实也可以有痛点、爽点、痒点这些不同的切入点来做产品的。

——◆ 课后作业 ◆——

你能不能介绍一下，你现在正在做的产品，核心是在打痛点，还是打痒点，还是在抓爽点，或者三不沾呢？

欢迎在留言区分享。

今日得到

1月

14日

【痛点、痒点、爽点都是产品机会】

好的产品切入点有三种：

第一点，痛点，要打中人的恐惧；

第二点，爽点，用户有什么需求，你能够即时满足他；

第三点，痒点，要满足了用户想象中的自己。

《梁宁·产品思维30讲》

「得到」App出品·大师课

点击图片可分享

梁宁·产品思维30讲

从第一个用户到第一桶金

版权归得到App所有，未经许可不得转载

用户精选

写留言

提交作业与留言可与梁宁互动

防断更微信或QQ：761415738