







于见过的东西。所以，口号、口碑、听觉，成为了传达率的关键。

你的口碑的碑文是什么，就是大家提起你的时候，那句像刻在石头上一样的话，每个人说的都是同一句，比如“怕上火就喝王老吉”。同仁堂100年重复的同一句：“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力。”这才叫口碑。

华杉认为“碑”本来是视觉的，口碑却成为一个符号，活在口耳之间。所以口碑一定是听觉文案，一定是一句口语，直截了当，脱口而出，不绕弯子。

所以，很多产品为自己设计的slogan都是视觉文案，别人就无法口口相传。就像名字是给别人使用的一样，口碑也是替消费者设计一句他要说的话。

口碑就是你把那些事情做过头，然后别人要口口相传的时候会说的话。口碑是你要替消费者说一句他要说的话，然后让他说出来。

### ——◆ 本章小结 ◆——

第四模块用户体验告一段落，下面总结一下：

1. 从甄别自己的感觉，理解他人感受开始。
2. 我们学习价值判断，用户研究，建设系统能力。一个产品是一个系统能力的输出结果。
3. 用户体验的要素有五个层次，就你的存在战略来规划积累自己的能力圈、资源，通过角色框架完成用户能够感知的服务。
4. 设计用户体验的峰值和终值，不断倾听，不断优化，设置用户激励系统。
5. 最后，给它一个名字，把它召唤出来，成为这个世界的一部分，与这个世界建立连接。

到这里，怎么从无到有定义并做出一个产品就讲完了。

下节课开始，我们讲第五个模块， 创新模式。

### ——◆ 课后作业 ◆——

这节课的最后，留一个作业：

1. 说一个你特别喜欢的名字，你为什么喜欢？
2. 这个名字会带给你一种什么样的感觉？尝试着分析一下，你为什么会有这样的感觉？

今日得到

1月

26日

**【名字是你的文化资产】**

名字是一句咒语，好名字能召唤出人心底的感情。

雷军说，口碑就是要把事情做过头。

口碑，就是替消费者设计一句话，一句他们口口相传的时候要说的话。

《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