

# 100条产品设计知识点与案例手册

Day 8

知群

1

【破窗理论】

2

【凡勃伦效应】

3

【热手效应】

4

【SWOT分析法】

5

【大数据】

6

【人工智能】

7

【排队论】

8

【马歇尔两难】

9

【超限效应】

10

【尾数定价策略】



## 【破窗理论】

如果有人打坏了一个建筑物的窗户玻璃，而这扇窗户又得不到及时的维修，别人就可能受到 某些暗示性的纵容，去打烂更多的窗户玻璃。久而久之，犯罪就会滋生、繁荣。

### 【案例】

在优雅洁净的场所，我们都会保持安静，不会大声喧哗；相反，如果环境脏乱不堪，那么四处可见的往往就是打闹、咒骂等不文明的举止。

### 【脑洞题】

Tobias 是一名设计师，他工作的一个项目中，团队总是推迟一些小事，于是整个团队对这个项目越来越缺少动力。后来他们花一天把这个状况扭转。他们做了什么？这些小事真的不重要吗？



## 【凡勃伦效应】

在某种情况下，提高价格就足以增加需求量，降低价格则会降低需求量。这项效应通常和奢侈品、奢侈服务有关。

家长和学生会把教学品质和教学费用画上等号。为了增加入学人数并回应外界对于高学费的批评，许多董事会决定降低学费。然而，这么做的结果却是让入学人数降低而非提高，无一例外。

### 【脑洞题】

你设计一款高质量的独立游戏App，怎样定价来提高需求并找到最合适的定价？



## 【热手效应】

来源于篮球运动中。指比赛时如果某队员连续命中，其他队员一般相信他“手感好”，下次进攻时还会选择他来投篮。

### 【案例】

赌徒在赌桌上连赢了三把，因为热手效应，他觉得自己能继续赢下去。可是，他连赢三把跟他赢第四把之间并没有直接关联。实际中一个买书很多却几乎不怎么看书的人，更有可能走进书店。

### 【脑洞题】

A.没有健身过的人 B.有健身卡且经常去的人 C.有很多健身卡但都没有去过的人



## 【SWOT分析法】

S（strengths）是优势、W（weaknesses）是劣势，O（opportunities）是机会、T（threats）是威胁。

### 【案例】

单个产品的分析分为四个部分，产品本身的优势和劣势；外部环境的机会和威胁。机会点即是外部条件与产品本身优缺点的两两结合。

### 【脑洞题】

如果在进行此分析法时，把产品优势与产品前景搞混，会发生什么事情？



## 【大数据】

**【大数据】** 大数据（big data）是指无法在一定时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合，是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。

### 【案例】

医疗行业早就遇到了海量数据和非结构化数据的挑战，而近年来很多国家都在积极推进医疗信息化发展，这使得很多医疗机构有资金来做大数据分析。

### 【脑洞题】

你是否分别可以举出大数据和人工智能的实际应用？



## 【人工智能】

人工智能（Artificial Intelligence），英文缩写为AI。它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。

家长和学生会把教学品质和教学费用画上等号。为了增加入学人数并回应外界对于高学费的批评，许多董事会决定降低学费。然而，这么做的结果却是让入学人数降低而非提高，无一例外。

## 【脑洞题】

你设计一款高质量的独立游戏App，怎样定价来提高需求并找到最合适的定价？





## 【排队论】

排队论(Queuing Theory)，是研究系统随机聚散现象和随机服务系统工作过程的数学理论和方法，  
又称随机服务系统理论，

### 【案例】

排队论(queueing theory),或称随机服务系统理论， 是通过对服务对象到来及服务时间的统计研究，得出这些数量指标（等待时间、排队长度、忙期长短等）的统计规律，然后根据这些规律来改进服务系统的结构或重新组织被服务对象，使得服务系统既能满足服务对象的需要，又能使机构的费用最经济或某些指标最优。

### 【脑洞题】

产品经理在实际产品开发时，是怎么应用排队论的？



## 【马歇尔两难】

英国著名经济学家马歇尔认为，规模经济和垄断是难以分割的，社会要取规模效益，就得牺牲竞争效益；要取竞争效益，就得牺牲规模效益。这就是经济学与产业组织理论中著名的“马歇尔两难”。

### 【案例】

马歇尔提出：高效大型机器设备的广泛必然带来规模扩大，而规模扩大可以带来单位产品的成本大幅度降低；但规模经济造就的生产集中又极易造成垄断，垄断又会使经济丧失竞争活力。

### 【脑洞题】

这是一个伪命题，伪在哪？



## 【超限效应】

超限效应是指刺激过多、过强或作用时间过久，从而引起心理极不耐烦或逆反的心理现象。

### 【案例】

接二连三地重复对一件事进行同样的批评，会使员工从最初的内心愧疚变成不耐烦，产生逆反心理——“为什么对我的过失总是耿耿于怀？”

如果非要再次批评，那也不应简单地重复，要换个角度，换种说法。

### 【脑洞题】

工具型APP引导用户时，用户不耐烦了怎么办？



## 【尾数定价策略】

尾数定价又称零头定价，是指企业针对的是消费者的求廉心理，在商品定价时有意定一个与整数有一定差额的价格。这是一种具有强烈刺激作用的心理定价策略。

### 【案例】

尾数定价法会给消费者一种经过精确计算的、最低价格的心理感觉；有时也可以给消费者一种是原价打了折扣，商品便宜的感觉；同时，顾客在等候找零期间，也可能会发现和选购其他商品。如某品牌的54cm彩电标价998元，给人以便宜的感觉。认为只要几百元就能买一台彩电，其实它比1000元只少了2元。

### 【脑洞题】

定价不能直接照搬到APP的设计里，怎么让这个原理使用到APP里？例如，在加载页面开始让进度条在19%时卡一下？