



管理Stakeholder的期待，定期定時、透明化的溝通

規劃產品策略初期，溝通是我最重要的起手式，與 Stakeholder（CEO、CPO、CTO 及 COO）確立定期、定時的會議，著重在三大目標

- ① 根據公司的年度策略與目標，**了解 Stakeholder 對於產品的期待**
- ② 根據期待，盤點產品現況**劃定預期的邊界**，視狀況輔以數據、設計方案對齊彼此認知
- ③ **訂定目標與預期成果，定期回報現況**

Project | Annual | Very Buy Product Strategy

©2021 Weitseng. All Rights Reserved.



公司最核心的目標為提升人貨的媒合效率，擴大客戶規模，在產品端比起實際的業績成效，我們更著重在能讓用戶「逛得開心」，因此產品的年度方向訂定為：**「以差異化的線上體驗，讓更多用戶找到喜歡的商品」**，產品的核心價值為用戶找到滿意的商品那一刻，意即產品的 Aha Moment，驗證指標也確立為**「加入購物車（ATC）用戶數」**。





茶

司

胃

和

金鹿牌啤酒

産生

田田

胃

和面









































カ

加



興業



物









































































# 管理 Stakeholder 的期待，定期定時、透明化的溝通

規劃產品策略初期，溝通是我最重要的起手式，與 Stakeholder（CEO、CPO、CTO 及 COO）確立定期、定時的會議，著重在三大目標

- ① 根據公司的年度策略與目標，了解 Stakeholder 對於產品的期待
- ② 根據期待，盤點產品現況劃定預期的邊界，視狀況輔以數據、設計方案對齊彼此認知
- ③ 訂定目標與預期成果，定期回報現況

公司最核心的目標為提升人貨的媒合效率，擴大客戶規模，在產品端比起實際的業績成效，我們更著重在能讓用戶「逛得開心」，因此產品的年度方向訂定為：「以差異化的線上體驗，讓更多用戶找到喜歡的商品」，產品的核心價值為用戶找到滿意的商品那一刻，意即產品的 Aha Moment，驗證指標也確立為「加入購物車（ATC）用戶數」。



# 03

## 玉山銀行 CRM & 行銷活動系統設計

---

**Roles** : Product Designer (IBM, Contract Designer)

**Responsibility** : ① 與 SA 根據客戶需求和業務目標共同規劃產品設計  
② 與客戶確立產品交互原則及樣式規範



往下滑了解詳情