

产业经理实践课程

从零认识产品和产品经理

—— 一个产品经理的成长路程

主讲：磊叔

一个不愿意做产品的产品经理成长之路

01

我的第一个产品：247OL

对标百度竞价排名的广告营销平台。经验分享：如何坚定创业的决心

02

传统产业集团：万达电商

传统实业互联网化转型的坎坷路程。经验分享：寻找你的位置

03

投身创业大军：太合娱乐

文娱产业+互联网的机会。经验分享：MVP-最小化验证产品

04

我们一直在创业：阿里巴巴

阿里文化、阿里味、阿里价值观

www.247ol.com

被骗子洗脑了。

给我妈打电话。

三大理由：

相当老板，不被人管。

工作有灵活性。

找不到好工作，挣不到大钱。

最能说服我的理由：↓

- 财富自由
- 每个互联网人都有个创业的梦想
- 工作的最终目标是创业

万达电商

传统企业互联网转型



军队文化：三流企业靠人才、二流企业靠制度、一流企业靠文化



干脆、利落、强势：一句话的事



适应环境，坚韧不拔：我们的发布流程



太合娱乐：文娱产业+互联网的机会 —— 产品定位

电影产业链

曾经尝试的几个位置
做外包，大数据，媒体



研
制
宣
发
售
放

定位企业在产业链中的位置的几个关键因素：市场空白痛点、持有资源优势、创始团队基因

阿里巴巴 – 我们每天都在创业的路上



钉钉，无招



拥抱变化

阿里土话，阿里味
阿里价值观



加班，996？



一年香，三年陈



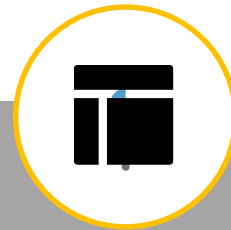
皮实、自黑
今天最好的表现就是
明天最低的要求。



写周报
取花名
打战役



结果导向：我们
为过程喝彩，为
结果买单



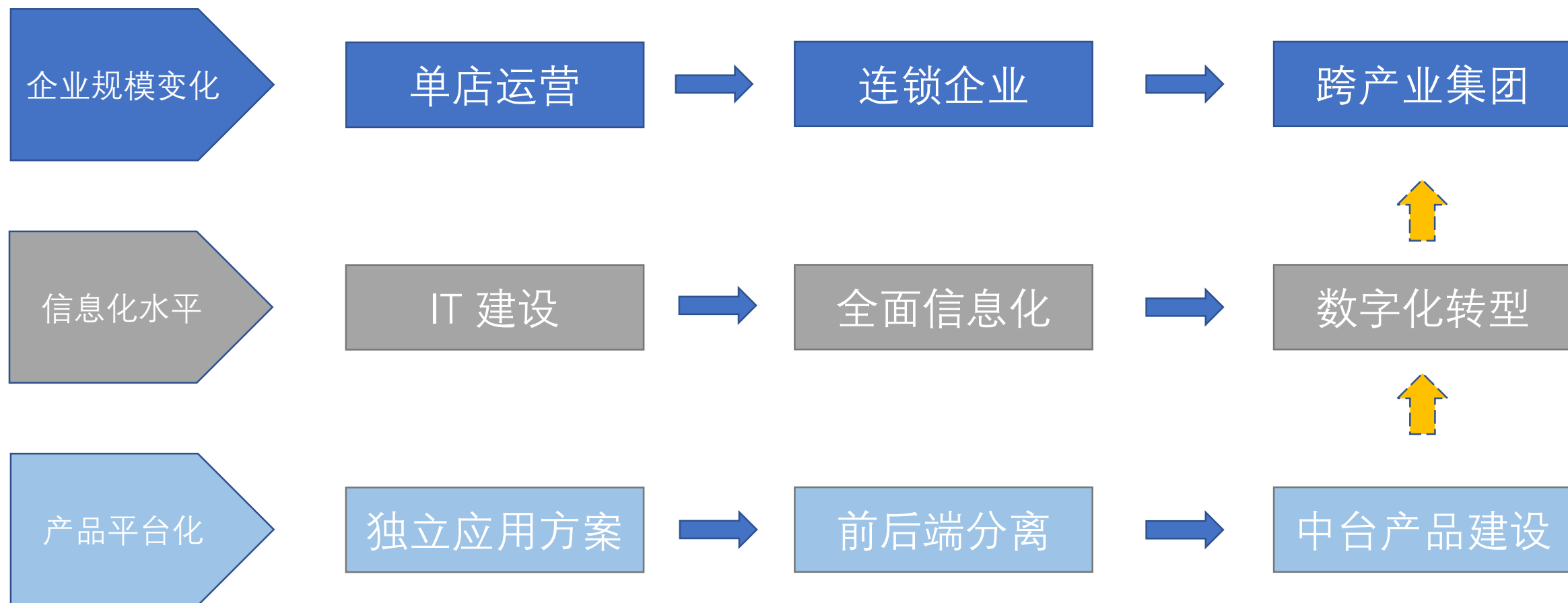
框架很重要：
有层次、有协同、有动
线、有核心。

互动：产品到底是个什么鬼？

技术解决方案 or 业务解决方案

课程目标 – 产品经理是怎么来的？

在现代企业“产品经理”岗位的演变及发展过程



课程目标 – 定位产品规划步骤（如何选择产品）

- 产品目标用户
 - 最好能有产品数据分析（映射行业运营的业务数据）
 - 偏重业务逻辑分析（数据做补充）
- 产品痛点与市场背景
 - 能从用户描述中划分用户痛点优先级及关系，分析出最痛和最有效的切入点
- 产品现状及竞品分析
 - 竞品分析的过程中注意不同产品所处环境（行业/产业链角色位置等）的差异点，不能直接映射对比
- 产品定位及目标
 - 围绕用户痛点及周边环境，设立正确的产品目标和定位
- 产品核心抓手
 - 产品的长期打法和整体组成模块，说明各组成模块之间的协同关系（也可以给各模块划分优先级）
- 产品框架图
 - 以流程关系说明下短期高优先级的模块产品方案，例如流程关系图、核心算法因子等
- 产品节奏及KPI
 - 节奏分短长期，KPI能量化到某一业务指标，或某一时间点达成的效果

课程总结