

173 个产品经理专业术语

1、App 功能界面

共计 12 个常用术语

首页	宫格导航区	列表页
状态栏	推荐区域	信息卡片
标题栏	底部导航栏	推荐策略
信息展示区	分类导航	详情页

首页

常见的标准化首页包含：状态栏、标题栏、信息展示区、宫格导航区（金刚位）、推荐区、底部导航区。

状态栏

有信号、电池的一栏，基本不参与到产品设计中。

标题栏

手机窗口的顶部，一般这个地方会放上 App 的名字。比如像淘宝京东，目的是说更好的告诉大家我这个产品是哪个 APP 的。

信息展示区

它也叫广告位, 也可以叫 banner 广告位等等。它下面会有几个动图切换, 一般三五个都有, 这样可以左滑右滑。这一部分区域对 App 来说比较重要的一个区域, 很重要目的是吸引眼球。

我们在面试的时候, 面试官会问说, 你觉得首页的两个作用价值是什么? 其中第一个就是吸引眼球。一般在这有抽奖、送红包 618 双 11 各种各样的活动。这张图片吸引到用户点击之后, 可能会跳转到你想让用户去跳的地方, 更好的去让用户能够留下来, 我们叫做信息展示区, 也可以叫 banner 广告位。

宫格导航区

也可以叫金刚位、豆腐块, 也可以叫橱窗导航。这一部分在首页扮演另外一个重要作用, 就是信息分流。可能会有很多小方块, 一般是一行 4 个或者 5 个, 一般不超过两行。

推荐区域

千人千面, 不同的用户打开在大众点评或者打开淘宝, 都会有一些不一样内容, 那么这叫推荐区域, 这是一些个性化的设计区块。

底部导航栏

通常有 4-5 个按钮, 比如像首页, 商品分类, 消息, 购物车, 个人中心等等。大家可以按照这个顺序来去给它编号, 比如第一个导航的第一个主核心功能, 第二个主核心功能。它的作用价值是说 5 个的情况, 比较好去点击切换, 比较便于我

们在接下来产品结构上去做扩张。

分类导航

可以是顶部下拉式菜单, 也可以是左侧的抽屉式菜单。

列表页

一般它会常见于 App 底部的第二个位置, 我们可以叫分类, 可以叫商品, 可以叫 App 的最核心的一个模块。它存在的作用很多时候是用户的主操作区域, 筛选区域。

信息卡片

它作为一个商品/货物的最小单元, 我们叫信息卡片, 点击之后就会跳到相应的详情页里头去。

推荐策略

根据不同的人对他们进行不同的推荐策略。

详情页

比如商品详情页, 会有一些主图。这是一个详情页很核心的部分。同时还会有分享按钮, 更多按钮等等。描述区域, 有价格, 还会有一些促销领券等等, 是刺激消费的入口。底下的话有评论区、评论区常见问题等等。

2、与产品行业相关

共计 19 个常用术语

护城河/壁垒/门槛

千人千面

权重 (加权/降权)

导流

推送

LBS

M 站

Web(PC) 端

小程序

IM

SNS

OTA

OTO

B2B

B2C

C2C

SAAS

CRM

ERP

护城河/壁垒/门槛

比如你做了一个产品的实战项目, 这时候面试官可能会问你一个问题, 你这个产品的护城河是什么? 如果别人抄你了怎么办? 你如何有保持自己的核心竞争力?

其实它的表达意思都是一样的, 这个时候你比如说我自己有认识这样的人脉资源, 我有这样的老师, 或者是我有这样的一个渠道等等。什么东西是你有的别人没有的, 你产品或者你个人的核心竞争力。

千人千面

最早是淘宝提出的, 泛指针对不同的人, 进行不同的推荐, 当然这个可能是要基于海量的数据。

权重（加权/降权）

当你搜出来的东西，跟你类似的人他也点了，那么发现这个商品是更适合你的，就会给这个分数加深一点，你可以理解为加权。反之，给它分数降低了，让它更加排靠后，这个就叫我们叫权重。

导流

使用人数比较多的某一个 App，或者是使用人数比较多的某一个功能，它给这个功能里头可以推荐一些其他的商品，就算导流。

推送

在远程云端给用户下发短信一样的这么一个消息。

举个例子：当公司里头想去把一个重要消息及时的告诉到用户的时候，那就会有这么一个推送，他会在 App 的后台有一个模块去点击发送。然后这个信息编辑好图文并茂的就可以发到用户的本地，用户手机上就可以看得到。

LBS

基于地理位置的一些场景应用。

比如说：美团外卖、滴滴打车，包括想看附近的人，其实这都是它的重要的一些使用场景。

M 站

通过手机上打开一个网址，然后你看到的这些内容它叫 M 站。

Web(PC) 端

用浏览器打开一个网站, 这个我们叫 web 端或者电脑端。

小程序

基于微信的, 类似于像 App 轻应用的一个产品叫小程序。

IM

理解为即时通讯。比如微信、陌陌即时聊天等。

SNS

即社交网络, 基于人和人的这种社交联系。

OTA

比如携程、去哪儿、美团酒旅这种形式, 都属于从中间赚取一定的佣金, 这种中介的活我们叫 OTA。

OTO

online to offline, 就是线上去操作, 线下去消费。 比如滴滴打车、美团。

B2B

像 1688, 像 <http://alibaba.com>, 它很多时候两边都是企业方, 一边是贸易商, 一边是工厂, 它相互对接, 就是商家对商家。

B2C

商家对个人。

C2C

个人对个人。

SAAS

相当于是个解决方案。解决企业它的某一类的用途或者是某一类问题, 然后提出了这种系统化的解决方案, 所以我们叫 SAAS。

CRM

客户管理系统。

ERP

跟 SAAS 其实是不同的称法, 有些类似。把多方的人的任务流或者业务流能够很好推进下去的这么一款产品, 我们把它叫做 ERP。

3、常见的商业模式

共计 6 个常用术语

卖广告

卖皮肤

收过路费

卖会员

抽佣

放低利贷

卖广告

APP 流量比较大了，旁边会放一些品牌广告，比较常见的一种商业方式。

卖会员

某些商品优质的内容，它需要你成为会员，才可以享受更好的服务。

卖皮肤

典型的就游戏行业。包括 QQ 早期的 QQ 秀，各种各样的一些挂件，包括一些人物卡通形象，靠此来赚钱，这个也是非常大的一个模式。

抽佣

比如卖房的，链家贝壳，帮你把房卖掉 500 万，他们收一个点两个点的佣金，这个叫做抽佣。

收过路费

这种模式常见于支付宝和微信支付。

比如：当你的银行卡里的钱通过支付宝或者是微信支付提现的，达到一定额度之后，再往后你要提每一笔钱的话，他可能都要收千分之一的费用，这笔费用其实是蛮多的。

放低利贷

常见的比如花呗。看起来好像比传统的信用卡的费用低，它的边际成本几乎是 0 的。

4、与数据分析相关

共计 15 个常见术语



曝光

其实可以理解为叫被看到。这个词在各个行业都会用到。你 App 曝光不行就没有知名度，基本上就是可以列为曝光。

PV 和 UV

简单的理解，PV 就是有多少人次看过，UV 就是有多少人看过。举个例子：因为 PV 很多时候它一定是大于 UV 的。比如说同样的一个人，他一天使用 App 看首页看了两次，它的 PV 其实就等于 2，它的 UV 其实还是 1，因为它还是一个人。

日活 DAU

DAU 就是日活, 就是今天有多少人打开这个 APP。

比如说微信, 可能每天大家都会打开, 所以他 DAU 有可能 10 亿以上。但像京东这个产品, 不是每个人每天都会打开, 所以它的 DAU 可能就会比较小。

月活 MAU

可以理解为在一个月期间内有多少人打开你 App 了, 我们叫月活。

留存率

当一个产品一个 App 被用户下载完之后, 后面的随着时间的推移, 它的衰减, 衰减的比率就叫做留存率。

举个例子: 比如说这个 APP 第一天有 100 个人下载它并且使用了, 那么第二天只有 50 个人, 那次日留存那就是 50 除以 100, 那就是 50%, 以此类推。包括 7 日就是第 7 天, 然后月留存第 30 天的时候, 用户有多少人来使用你。比如第 30 天有 10 个人还继续使用这个 APP, 那么就是它的月留存就是 10 除以 100, 等于 10%。那么留存率它是大了好还是小了好? 那当然就是越大越好。同时针对不同的产品, 它的衡量指标就不一样。比如说针对一个像微信即时聊天的这种工具, 它可能留存率肯定是越大越好, 用户的粘性更高, 好友之间内容越多。对于电商类的产品的话, 你可能很难要求他天天都买东西对吧? 所以它这个比例它是会有一些不同。

跳出率

通常我们泛指是到了你这个网站或者 APP 的首页。

比如说: 有 100 个人打开你 App 或者打开进到网站首页, 其中有 60 个人, 看完之后就关掉了, 你这个时候的跳出率那就是 60 除以 100。跳出率肯定肯定是越小越好, 说明这个网站的首页设计的比较好, 比较吸引人。通常我们会出现在面试的时候或者在日常工作中, 面试官或者你的老板会说你这个页面的跳出率非常高了, 就说明有问题, 没有抓住用户的重点, 没有吸引到用户。

数据反馈

很多时候互联网产品经理做事情的时候, 基本上用户在 App 上或在这个网站上所有的信息都是有统计的, 通过这些统计, 我们会得到用户的一些喜好, 包括用户的一些行为等等一系列的操作, 包括我们会根据用户的一些数据做页面的调整, 我们就叫数据反馈。通过这个数据上我们能够看得到一些东西, 或者分析出来一些东西。

埋点

我们所有的这些数据, 它都是来自于你的埋点。

比如说我点击这个按钮了, 你要先统计。可以理解为这个地方放了一个统计器一样, 当你点击一下之后, 统计器就把它统计出来, 告诉后台说用户点了一下, 就叫埋点。

下载量

就是有多少用户。不管是他通过你的官方网站的链接点击下载的, 还是通过 App 里头, 通过应用商店/AppStore/华为应用商店/应用宝商店, 去点击下载按钮装到本地了。

激活量

装到本地之后只是一个包, 你把 App 安装之后, 你点了激活, 然后你进到首页了, 这叫把它打开了, 就叫激活量。

漏斗模型

就像咱们刚才说的, 可能有 100 个人打开 App 了, 然后可能有 50 个人, 最后在你 App 上点击了注册这个模块, 然后有 20 个人可能把手机号和验证码都输对了进来了, 这个漏斗模型就是说从 100-50-20, 这叫漏斗模型。通常是用来去统计某一个功能它的转化率。当然这个漏斗模型肯定是越宽越好, 说明你产品的设计上面没有 bug, 用户使用起来非常流畅, 能够完成它的主路径。

高频和低频

像微信是高频, 天天都用, 而且一天用很多次, 低频的话像唯品会或者京东, 这种可能它的频次就没有那么高。当然高频和低频它不是绝对的, 有些高频和低频不单是指 App 它也会指某个功能。不能说高频就是好的, 也不能说低频不好的, 因为也要分商品。像买房这种东西很低频, 但是依然也会孕育出很多大的市场, 因为它的交易额高、客单价、低频次、长决策周期。

用户路径

用户路径，可以追踪用户从某个开始行为事件直到结束事件的行为路径，是一种监测用户流向，从而统计产品使用深度的分析方法，帮助业务人员了解用户行为分布情况，对海量用户的行为习惯形成宏观了解。

任务路径

任务路径跟用户路径是比较类似的。

比如说：我们可能想要用户去做一个签到，他的任务路径是什么？他要拿到这个商品或拿到优惠券，他的任务路径是有哪几个步骤，这叫任务路径。

5、与需求调研相关

共计 8 个常见术语

目标用户

试错

痛点

爆点

样本用户

定性访谈

定量访谈

常见的调研问卷

目标用户

对于这个事情有强烈迫切需要的人，才算是目标用户。

举个例子：我们做一款教人打篮球的 App，可能想打篮球的人很多，那么有些

人也想学,但是他可能不愿意花钱,他觉得看视频内容就 ok 了,他不需要花钱,所以这一类人就不算是我们的目标用户。只有那些可能自己看了很多视频,或者是要参加一些篮球的这种特殊考试,或者是自己愿意去花钱去买服务的人才,算是我们的目标用户。中国有 14 亿人,不是说只要打篮球都算是我们的用户,不是的。1 万个人里头只要有 1 个人有这个诉求,那么一个 App 只要有 10 万的目标用户,这个产品其实就可以去跑起来,这个叫目标用户,对于我们这个事情有强烈迫切需要的人。

试错

很多时候我们做一个 APP,我们不知道对还是错了,我们就试一试,发现错了我们就微调,再错了我们再微调,这个叫试错字面的意思。

痛点

比如说:我打篮球看了很多视频,然后我也去找了这种篮球队想去报名,让他们教我们,他们不愿意教我们,所以这个时候我的痛苦就是说我找不到人来一对一教我去打篮球,所以这就是我的痛点。痛点就是强烈的需求点。

爆点

基于常规的运营设计的方案,或者是产品设计的一些方案,然后快速的让很多人知道,并且形成一些口碑性的传播的这种产品方案,我们叫做爆点。

样本用户

在做需求调研的时候，我们可能会找 100 个调研的对象，这 100 个调研对象其实相当于就是我们的样本用户。

定性访谈

当我们产品一开始推出的时候，或者我们只是有个想法，我们不知道这产品靠不靠谱，我们一般会叫定性，就是要不要做，一般是针对于定性访谈的，我们看用户是不是真的有这个需求。

定量访谈

一般会针对于我们产品已经做上线了，已经做了 1.0 或 2.0 的版本，接下来我们要针对他们做一个升级改动，或者是优化某个功能。我们想知道这个功能是不是有人在用，它用的程度和难易程度是多少，所以我们一般会用这种线上问卷或者线下问卷这种方式。定量调研针对是用户，他有多少的痛点，他是不是真的愿意付多少钱，更细节的一个方式了。

常见的调研问卷

比如：腾讯问卷、问卷新、调查派，大家可以去这个平台上去看看，一般像这三个调研类的网站的话，主要还是针对于定量的调研会更多一点。定性访谈的话，我一般建议大家一个一个用户去聊，这个时候你会更有感觉一些。

6、与技术研发相关

共计 41 个常见术语

RD	.net	虚拟空间	系统
iOS	数据库	进程	同步处理
安卓	开源	Cookie	异步处理
前端	接口	缓存	脚本
后端	字段	URL	拉取
服务器端	GitHub	适配	丢包
H5	写死	用户端	并发量
PHP	爬虫	服务端	宕机
Java	脚本	平台端	
Python	域名	API	
html	服务器	SDK	

RD

研发的意思，我们工程师程序员叫研发。

iOS

就是我们的苹果操作系统，苹果的操作系统，大家现在苹果电脑大家用的很多，

基本上都是 iOS 的操作系统，主要是泛指苹果手机 iOS 操作系统。

安卓

比如说小米、华为。他们用的系统都是安卓系统。他们的区别是说, 在这两个不同的平台上, 需要不同的代码语言来去做编程。

前端和后端

APP 的界面, 你能看到的東西叫前端, 你看不到東西叫后端。

比如这些数据这些人, 然后这些交易的发生的信息的流转, 它是在后端进行的, 所以我们叫后端。一般我们会有后端的工程师。

服务器端

我们会要做一些底层的数据库的存放, 然后包括一些安全性能等等这些东西, 我们都把它理解为叫服务器端。其实它跟后端的话是有一点连接的。

H5

大家可以看到 App 里头有些功能, 可能我们既要去做安卓, 又要做 iOS, 其实开发起来成本比较高, 所以我们就会做一个网页版的, h5 就叫做网页版的页面, 来去替代。这样的话两边都通用, 就不会出现说开发的成本高的问题了。

PHP

一个嵌套的缩写名称, 是英文超级文本预处理语言 (PHP:Hypertext Preprocessor) 的缩写。PHP 是一种 HTML 内嵌式的语言, PHP 与微软的 ASP 颇有几分相似, 都是一种在服务器端执行的嵌入 HTML 文档的脚本语言, 语言的

风格有类似于 C 语言，现在被很多的网站编程人员广泛的运用。

Java

Java 是一门面向对象编程语言。Java 具有简单性、面向对象、分布式、健壮性、安全性、平台独立与可移植性、多线程、动态性等特点。Java 可以编写桌面应用程序、Web 应用程序、分布式系统和嵌入式系统应用程序等。

Python

Python 提供了高效的高级数据结构，还能简单有效地面向对象编程。Python 语法和动态类型，以及解释型语言的本质，使它成为多数平台上写脚本和快速开发应用的编程语言，随着版本的不断更新和语言新功能的添加，逐渐被用于独立的、大型项目的开发。

html

超文本标记语言，标准通用标记语言下的一个应用。“超文本”就是指页面内可以包含图片、链接，甚至音乐、程序等非文字元素。超文本标记语言的结构包括“头”部分（英语：Head）、和“主体”部分（英语：Body），其中“头”部提供关于网页的信息，“主体”部分提供网页的具体内容。

.net

是 Microsoft XML Web services 平台。XML Web services 允许应用程序通过 Internet 进行通讯和共享数据，而不管所采用的是哪种操作系统、设备或编程

语言。Microsoft .NET 平台提供创建 XML Web services 并将这些服务集成在一起之所需。对个人用户的好处是无缝的、吸引人的体验。

数据库

我们大家所有人的信息,基本上每个互联网 App 公司都会有一个数据库,后台不管是用来存放商品还是用来存放个人,它其实是一个非常复杂的一个系统。比如:从个人信息来看,像微信可能就是这个名字,包括他的昵称,然后他的一些所有你在填的信息,包括你发的朋友圈,你的好友列表等等,他就会存在这个里头,你就可以理解为像你个人银行,以身份证为关联的个人银行,可以这么来理解它叫数据库。

开源

互联网行业我们有一个好处是大家不喜欢重复造轮子,比如说我写了这么一个个人中心修改头像的这一套代码,我可能把它开放出来,大家都可以用。这样的话为了整个行业其实是更好的去推进,所以我们就叫开源。常见的目前市面上 App 的大部分的内容,功能模块都是有开源的代码在线上,所以有时候技术在跟技术沟通的时候,或者跟产品对需求的时候,会说去开源社区找一找这个地方有没有现在的代码拿过来。

接口

技术跟技术同学之间他们定义好的这种技术对接的通讯规则,其实我们产品里不用特别多的理解,有时候技术可能会说你把这个接口给我,我来调你接口,很多

时候就是调你的我们定义好的规则, 然后我要什么你来给我什么, 其实就是相互商量好的这么一个协议。

字段

可以理解为在 Excel 表格里头, 比如说我们输入这个人的基本信息, 这个人的姓名他就是一个字段, 年龄是一个字段, 身高是一个字段, 所有的这些很多的字段, 这个连起来就组成了这个人的一条记录。

GitHub

很多程序员他们把自己开发好的东西就会放在这里, 这时候你可以去那里找, 同时你也可以把这些代码更新上去, 包括把这个代码给它下下来等等。可以理解为是程序员他存放自己代码、学习包括去工作日常中会长期用到的一个技术社区。

写死

通常指技术人员对一些参数或者配置的“写死”。

举个最常见的例子: 比如一个人的名字, 这个人的名字, 技术可能会问你一般不会超过 6 个字对吧? 要不要把这个东西写死? 答案是不需要。我一般都会说你不要写死, 因为有可能也许我们这个产品老外也要注册, 还有少数民族的姓名, 这时候可能字数就很多了。你如果一旦写死之后, 这个地方的容器尺寸就像鞋子一样, 它就是 38 码, 大于 38 码的就穿不上, 这时候就会比较麻烦。不要写死, 就是说我这个地方可以根据你脚的尺寸来去进行调整鞋码的, 所以这叫写死也是常见的一个术语。

爬虫

爬虫相当于是一个机器人按照你给他设定好的规则, 去爬某个网站的一些信息, 按照你的要求去爬下来。举个例子: 比如我们要去爬淘宝的商品信息, 或者是某个电商小网站的信息, 那么我们就可以说我们写个爬虫, 去爬它的照片, 包括它的链接, 包括它的这个价格, 还有它的描述, 还有上面的一些信息内容等等, 这些信息给它全部爬下来, 存到 Excel 表格里头。像一个网络机器人一样, 它会到这个网站上, 按照你的设好定好的规则把这个东西爬下来, 然后再存成你想要的格式, 这叫爬虫。

脚本

脚本其实就是最小运行的程序单元。

域名

大家打开网址, 比如 <http://www.sina.com.cn>, 这就是一个域名。可能很多同学说 App 有域名吗, 它其实是有的, 这些 App 的域名只是大家看不见而已。大家看到就是一个个的页面没有这个网址, 其实我们一般在服务器端或者在后台, 我们都给它配一个域名, 这样的话你在分享的时候, 就会分享出去, 别人就可以看到上面在浏览器的输入框里头, 会有这一找出来英文, 那就是它的域名。

服务器

我们现在大家看到的 APP 的所有这个东西, 比如你打开这个大众点评, 你能看到的信息刷新了又有新的东西出来, 其实这个刷新的动作, 就是从服务器上把信

息拉回来的。我们所有这些信息都会存到服务器端，就是存在云端的银行里头，你要取钱按照你相应的规则去给到他，他会给你一些信息，我们存在远处云端那个地方我们叫做服务器。

虚拟空间

服务器的话，它是承载虚拟空间的。服务器里头它是硬件一个表象，那么它的里头会有一个个的存储空间单元，我们把它叫做虚拟空间。

进程

一个软件正在运行的阶段，我们叫进程。比如我们把进程杀掉，我们长按 home 键或者现在底下有滑竿，往上划时会出现很多个你当前使用的 App 后台，有些进程直接把它划掉，就是杀掉进程。

Cookie

访问这个 App 的一些历史浏览记录叫 Cookie，比如访问了哪些网站，留下了这个历史记录，我们叫 Cookie。其实跟缓存有点像同一件事情。

URL

实际上跟域名是比较类似，URL 代表一个完整的 URL，后缀对应于站点的域名。指的就是你这一串的东西，显性的就是大家看到 www.，可能点后面跟上一个域名。公司用的一些内网里头，他们有一些就不是 www.开头的，是另外的，比如像 svn 这种开头的，它也叫 URL。

适配

根据不同软件或硬件, 进行技术和功能的某种统一映射。

举个例子: 像滴滴打车, 它分为用户端、服务端、平台端。我们普通使用的用户叫乘客, 我们是用户端。滴滴打车的司机, 他们自己会有一个 App 用来接单和提现, 或者是用来回应等等, 他们就要用到服务端。平台端的话, 滴滴自己也会有一个统筹, 能够看到用户和服务端两端的交易扭转等等的一个平台, 那我们叫做平台端。

API

其实跟接口是比较类似, 指的是软件系统不同组成部分衔接的约定。比如说: 注册的时候, 想用新浪微博来进行注册, 那么就要调一下新浪微博的 API, 新浪微博那侧会把注册的用户相关的信息经过用户同意之后, 把这些信息授权给第三方, 然后第三方就可以当用户在登录这个 APP 的时候, 调用新浪微博的 API, 点同意之后就可以进去了。

SDK

是常见的软件开发的一种集成工具包。比如说: 我们要去用神策这个统计工具, 他们可能会把这个软件一些代码集成好, 打包成一个 SDK。你把这个东西放在你的代码里头, 这样就能运行下去, 这就叫做 SDK。

系统

比如后台系统、财务系统。泛指的是一个解决问题一个软件模块。

同步处理

同步处理就是发生了操作和修改等改变后, 及时的在同一时间保持一致操作, 这个操作就叫同步处理。

异步处理

异步处理是说, 这个东西只有它发生之后, 然后到下一个环节才去跟进和处理, 这叫异步。

拉取

比如说我们玩小红书, 我们在首页向下拉一下刷新, 这个其实就叫拉取。因为用户发的这些数据, 或者给你推荐好的数据已经编好在这个服务器端了, 本地就会从服务器端把数据要过来, 然后在你前面进行一个展示。

丢包

也是技术同学经常会聊这个话题。对方想要这个数据, 我要给对方的时候中间掉了一些数据, 把包丢了, 就是我们可以理解为叫丢包。

并发量

同一时间访问的用户数量。

比如说: 新浪微博经常会出现热点事件, 同时在搜数据的人或者同时在刷新的人数, 叫并发量。

宕机

因为同时访问的人太多了, 导致系统挂了, 造成页面访问不了, 这个叫宕机。

7、与项目管理相关

共计 14 个常见术语



项目管理工具

我们常见使用的一些做项目管理工具, 比如钉钉、飞书、企业微信、JIRA、Tower、Teambition、谷歌 Excel 等等, 其实这些工具都可以。怎么样的一个工具算好的工具, 其实就是适合自己团队的工具算好工具, 没有说什么是的对的或者是好的。

项目管理表

其实从我个人来说, 我自己一直在用的谷歌 Excel 来去做项目管理, 非常的方便和简洁。

排期

这个项目从一开始到这个项目结束的时间, 大概是多长时间。 比如说前后端、设计、产品、运营加起来可能需要一个月, 这排期就是一个月, 那么其实排期对应的就是排期表, Excel 表格你要给它拉出来, 要很清晰的知道每个人在每个阶段做什么东西, 这样的话就会有一个很好的做管理。

颗粒度

推动这个项目管理的时候, 我们要把一个功能或者是一个版本迭代里头可能会有好的好几个功能, 你把它拆分的是不是足够细, 细到什么地步, 这叫颗粒度。

里程碑

我们说好了这个项目一个月的第一个星期, 我们要达到什么样的地步, 我们叫里程碑。

Deadline

项目最终截止日期。

Delay

延期的意思

比如说: 就这个项目可能我们做不了, 一个月做不完了, 我们要 delay10 天, 那叫 delay。

Cover

这事说延期 10 天, 你能不能把它搞定了, 是否能胜任, 通常我们就说 cover。

迭代

新版本覆盖老版本, 不断的迭代。

预警

提前告诉大家可能会出现风险的情况, 比如发个邮件或者通知, 叫做预警。

看板管理

看板就是表示出某工序何时需要何数量的某种物料的卡片, 又称为传票卡, 是传递信号的工具。

评审

一般指的是产品经理, 需要当着所有研发、测试、设计的同学的面, 把你这个项目思路给别人讲一下, 其他人会提出很多反对意见或建议, 你需要进行对应的回应, 这个过程我们通常叫评审。

优先级

比如一个小版本要做 10 个小功能, 这 10 个小功能, 哪个功能最重要, 哪些优先级就会更高, 像 P0、P1、P2 这样。一般数字越小项目越重要。

敏捷开发/MVP

最小可行性产品验证。 因为去验证一个点子或者一个想法的时候, 我们很难去召集所有的人和团队来一块做这个事情, 这个时候我们一般会找小范围的找一些。比如我们先开发一个很简单的版本或者小程序, 或者是只有一个功能, 又或者在公账号上去发篇文章, 看看有没有人愿意报名或者付费, 这种都叫做敏捷开发。

8、与 UI 设计相关

共计 14 个常用术语

UI 设计

字体

布局

品牌设计

字号

视觉动线

平面设计

字色

透明度

动效设计

设计规范

品牌色

PX

组件库

UI 设计

UI 通俗的理解就是: 用户界面设计。 泛指互联网的 App 的界面的长的什么样, 然后包括它的颜色、色值等等这些都是 UI 这边来定义的。

品牌设计

跟品牌形象相关或者品牌形状 logo 等等相关的一些设计, 我们叫品牌设计。

平面设计

常见的比如海报、出版物、标识、易拉宝、宣传单这种，我们统称叫平面设计。

动效设计

打开一个 App，点击某个按钮，它的一些交互动态效果，一般由动效设计师来做。

PX

即像素值。更多时候在 App 界面上设计师会用到，可以理解为是跟设计师沟通的一个刻度值。

字体

比如微软雅黑、方正字体等。

字号

即字体的大小单位。

字色

字体颜色。包括可能还有一些更具体数值，比如黄色都有很多种黄，它颜色的色值是多少，不同的值对应的不同的黄色程度。

设计规范

一种设计语言。

比如安卓设计规范、谷歌设计规范、苹果设计规范等等。设计师之间沟通的一种约定俗成的规范。

组件库

通常是一种统一的开发标准, 主要目的在于提高设计开发效率。

布局

可以理解为功能的摆放。

视觉动线

即阅读时眼睛移动的方向路径。

透明度

举个例子: 当我们页面弹出一个弹窗的时候, 它的背景会有一个灰度的黑, 可能会给一个透明度, 30% 或 40%。这样的话, 能够让用户更好的把视觉聚焦在弹出来那个东西上, 所以这个地方叫透明度。

暖色调: 比如红色、橙色、黄色

冷色调: 绿色、蓝色、黑色

品牌色

比如说像京东的品牌色，就是它的红色。淘宝的品牌色就是橙色，这叫它的品牌色。基于这样的品牌色，会去做一些产品设计，包括对应到功能界面，品牌露出上面等。

9、与测试相关

共计 14 个常用术语

QA 测试工程师

测试用例

提测

复测

复现

Bug

Debug

自动化测试

测试包

正式包

Demo

平滑部署

A/B 测试

灰度测试

QA 测试工程师

就像 RD 是研发，PM 产品经理，UI 是设计师，是一样的道理。

测试用例

比如说：一个版本我们更新了 10 个功能，除了 10 个功能之外，其他东西都要保证它正常的使用。所以我们会写一个可能 Excel 表格可能一两百条，那叫测试用例。

提测

当研发把基本的功能都实现了，他们觉得没问题的时候，就会打包封装一个 apk 包或者是一个小的软件包，然后给到测试工程师，这个叫提测。

复测

比如说：测试的时候发现了一个 bug，反馈给到研发，研发改完之后再重新把 App 的包封装好，然后给到测试工程师测试，装到本地之后，然后去复测一下当时那个问题是不是已经被解决掉了。

复现

问题重复出现没有解决掉，就叫复现。

Bug

形容各领域范围内出现的漏洞或者缺陷。 比如说：原本我们昵称修改完之后点击确定，这个昵称就会改过来，结果发现昵称还是没有改过来，就是一个 Bug。

Debug

就是把 bug 或者故障已经修复。

自动化测试

很多公司的测试人力成本比较高，所以他们就会买一些第三方的测试工具，然后他们去把包封好之后，上传之后，他们平台方就会有自动机器人来去模拟人的

操作, 来去测试你 App 有没有 bug 或者有没有问题, 叫做这个叫做自动化测试。

测试包

当程序员开发完之后提交给测试工程师, 让他们自己装到本地的来使用, 看看有没有问题的包, 叫测试包。

正式包

当测试完了之后, 测试工程师发现 App 已经可以了, 没有任何问题, 这个时候就会封装一个包, 然后提交应用商店, 这叫正是包。

Demo

可以进行示范或者展示的交互版本。举个例子: 产品经理或者是老板, 想提前看看我们这个功能到底是不是 OK, 针对一个新技术或者是针对一个新应用, 我们做一个 demo 进行演示。

平滑部署

一个 App 从 1.0—2.0—3.0, 中间其实有很多版本。有些用户因为各种各样的原因, 他可能还在用老的版本。这个时候不能强制用户去更新, 他可以选择更新或者不更新。同时那些想尝试新版本的人, 他们就可以使用新的版本。既保留了老用户可以使用老的版本, 同时新的用户可以尝试新的版本, 这就可以称为平滑部署。

A/B 测试

很多时候我们不知道这个功能是好还是不好，需要同步验证，已评估出最好的。

比如说：搜索功能我们要不要上，我们不知道上了用户会不会用。这个时候，我们就可能会把比如说 100 万的用户，选 50 万用户上没有搜索的版本，另外 50 万的用户上搜索的版本。我们 AB 测试看看哪一组数据更好，然后来去决定我们要去上搜索。这种方法其实也是常见在我们在当产品经理，我们在做一个决策的时候，或者是一些探索性创新的产品的的时候，我们没有很多数据支撑，经常会用 AB 测试。

灰度测试

我们要上线一个新功能，但我们不确定这个功能好还是不好。我们会先找一些特定的目标用户，先试一试看对这个功能的喜好如何。让它达到一个比较好的水平，再来去对外发布。

10、与运营增长相关

共计 14 个常用术语

冷启动

天使用户

种子用户

推广渠道

拉新

促活

留存

UGC

PGC

唤醒

沉淀

机器人用户

KOL

MCN

冷启动

当我们一个产品 App 做出来之后, 如何让大家知道、让大家来下载、让大家来使用, 包括第一个阶段如何能达到这个目标, 从 0~1 让别人用起来, 这就叫冷启动。

种子用户

使用这个产品非常的好, 同时能够给这个平台带来一些正向的反馈的, 愿意积极参与的, 或是正向收益的一些用户, 就可以叫种子用户。

天使用户

比如像小米经常会说, 我有前 100 个用户, 他都把它叫做天使用户。对应这个产品, 非常早期的用户我们都叫天使用户。

推广渠道

不同地方去获取用户来去使用这个产品的方式, 我们叫推广渠道。

拉新

如何去获得一些新的用户。

促活

已经进来的这些用户能够怎么样让它活跃起来, 能够继续给它推出一些新的功能新的优惠, 或是上线一些新的好玩的一些运营活动, 让他们来玩起来叫促活。

留存

有多少人还继续留下来。

UGC

用户自己产生内容，像小红书，像微信的朋友圈，每个人都会产生。

PGC

那些机构或者是个人他们来产生的这种内容或者是产生的这么一个商品服务，我们叫 PGC。

唤醒

通过正确的方式，比如发短信、发推送、发红包把长期不用的用户拉回来继续使用，叫唤醒。

沉淀

让那些真正是你的目标用户的人能够继续使用，叫沉淀用户。

机器人用户

常见很多这种婚恋类的 APP 或者是社交类的 APP，他们会做一些机器人，可以列为就是假用户。他们来去跟用户进行对话，然后来去让用户充值或者付费之类的。

KOL

可以理解为就是大 V。不管是知乎、微博、公众账号还是抖音快手上面, 关注数比较多的一些人, 关键的意见领袖, 都可以理解为他们是 KOL。

MCN

可以理解为大 V 的一些经纪公司, 这样可以理解叫 MCN。

11、与广告相关

共计 16 个常用术语



获客成本

你获得一个用户, 他下载你的 App 或者他在你的平台上去买了一单, 你的成本需要多少。

比如: 你在百度上投放关键词, 还是去线下去通过发传单, 那么所有的这些传单

成本或者制作成本或者是投入的广告成本。

ARPU

单个用户能够给你这个平台带来的价值收入。

举个例子：比如说像一个买房的用户，他单个用户给这个平台他成交一单，他所交的佣金大概可能是 5 万 10 万这样子，他的 ARPU 就是 5 万 10 万。

AD

广义上的广告。

CPA

用户完成一次行为的计费方式。 常见于广告主在投放广告的时候，然后跟那些承接广告的客户约定好他们的计算方式。

CPS

按照消费额/销售额分成。

CPM

每千次展示，然后我需要的你要给对方付的钱数。

CPC

按照一次点击付费多少。

比如大家看到百度搜索完之后，出现了一些广告位，点击一次付多少钱。

SEO

搜索引擎优化。

举个例子：我们在百度里去搜“索尼”出来，那么可能会有索尼的商家，索尼卖东西的一些人，可能也有索尼的官网等等。如果官网希望排序能够靠前一点，搜索引擎它抓取官网的一些关键词的时候，把索尼对应的词给它多调前一些或者多加一些权重，让它能够更好的被别人搜到。

SEM

搜索引擎营销。

ROI

即投入产出比。

比如：我给你投了 5 块钱广告，那么你能不能给我带来 4 块 5 的收益或者 3 块钱的收益。那么这个事情 $ROI = 4.5/5$ 。

Landing page 着陆页

不管是 AppStore，还是淘宝天猫，为了能够更好的吸引到用户，他们会去单独做一个独立页面，让用户搜索某些特定词的时候能够到这个页面上来。是一个综合的引导页面，承载核心要传递的信息和关键字。

获客渠道

其实跟推广渠道一样。比如我通过百度或得到了这个客户，还是通过小红书，通

过知乎通过抖音快手的不同的平台, 我们叫做不同的获客渠道。

前贴片广告

打开爱奇艺、优酷, 腾讯视频 30 分钟, 先要看 30 秒的广告, 这叫前贴片广告。

搜索广告

打开百度我们去搜索, 比如我们打开百度搜索 UI 设计, 可能会有很多其他的一些 UI 设计都会来这边去打自己的广告, 叫做搜索广告。

信息流广告

大家打开今日头条或者是抖音快手, 不断的去看视频或者看文章时候, 偶尔刷出来一个广告, 下面写两个小字广告, 这种就叫做信息流广告。

长尾理论

举个实际例子: 如果你是小红书的市场推广部门, 用户搜小红书是肯定是搜到你的。这个词是非常热的。 但是用户如果搜一些比如说穿搭/潮男/种草等等这些词, 包括最近新出的椰子鞋, 它搜的时候都能够把小红书里头的一些内容, 跟椰子鞋相关的一些内容都能够提前展示。这样的话用户也能下载。因为小红书只有一个词, 但是可能跟这些潮流时尚相关的一些词其实是非常多的。如果小红书能够把这些词也设计成一个广告, 能够通过用户搜到这些词, 也能够联系到小红书去下载小红书的话, 这些词其实就相当于是小红书的长尾词。 这带来的长尾的效应, 它的收益会远大于用户只搜小红书去下载 APP 的效应, 我们就叫这种是

长尾效应。

PM圈子关键字回复

- | | |
|------------------|-----------------------|
| 1、PMBOK第七版电子书 | 公众号回复“ 第七版 ” |
| 2、项目管理脑图 | 公众号回复“ 脑图 ” |
| 3、往期大咖秀视频回放 | 公众号回复“ 大咖秀 ” |
| 4、软考论文参考范文 | 公众号回复“ 软考论文 ” |
| 5、3G项目管理资料大礼包 | 公众号回复“ 3G ” |
| 6、项目管理50张思维导图 | 公众号回复“ 思维导图 ” |
| 7、项目总结电子表格模板 | 公众号回复“ 项目总结 ” |
| 8、IT行业交付验收模板 | 公众号回复“ 交付物 ” |
| 9、技术转项目管理电子书 | 公众号回复“ 技术转管理 ” |
| 10、项目管理PMP工具表格模板 | 公众号回复“ PMP工具 ” |
| 11、华为项目管理模式免费微课 | 公众号回复“ 华为 ” |
| 12、进入项目管理群 | 公众号回复“ 进群 ” |



扫描上方二维码回复关键字