

Part12 : 七大案例之四：某地产公司产品规划

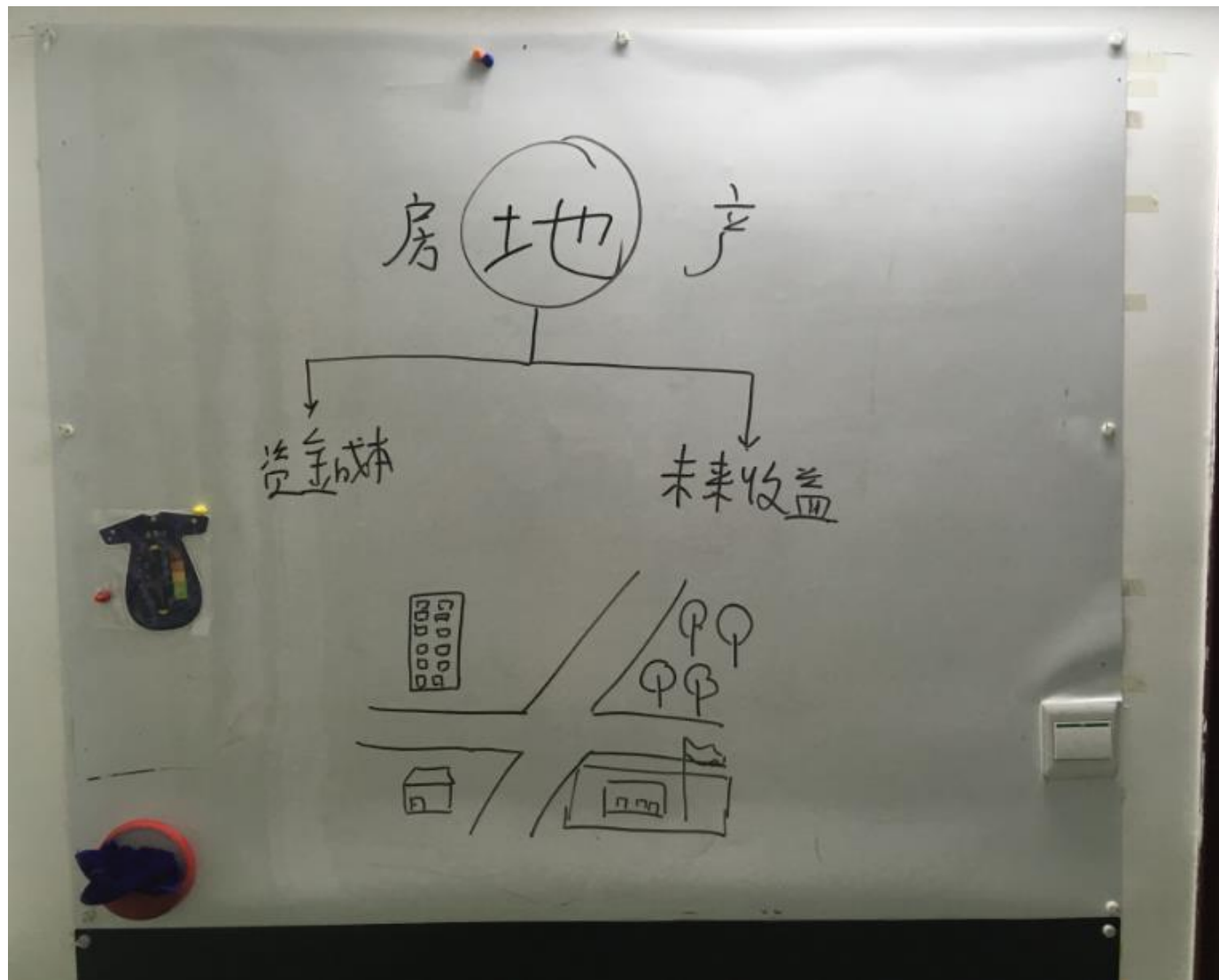
- 不怕数据烂，就怕思路乱

12.1：卖房子的基本逻辑

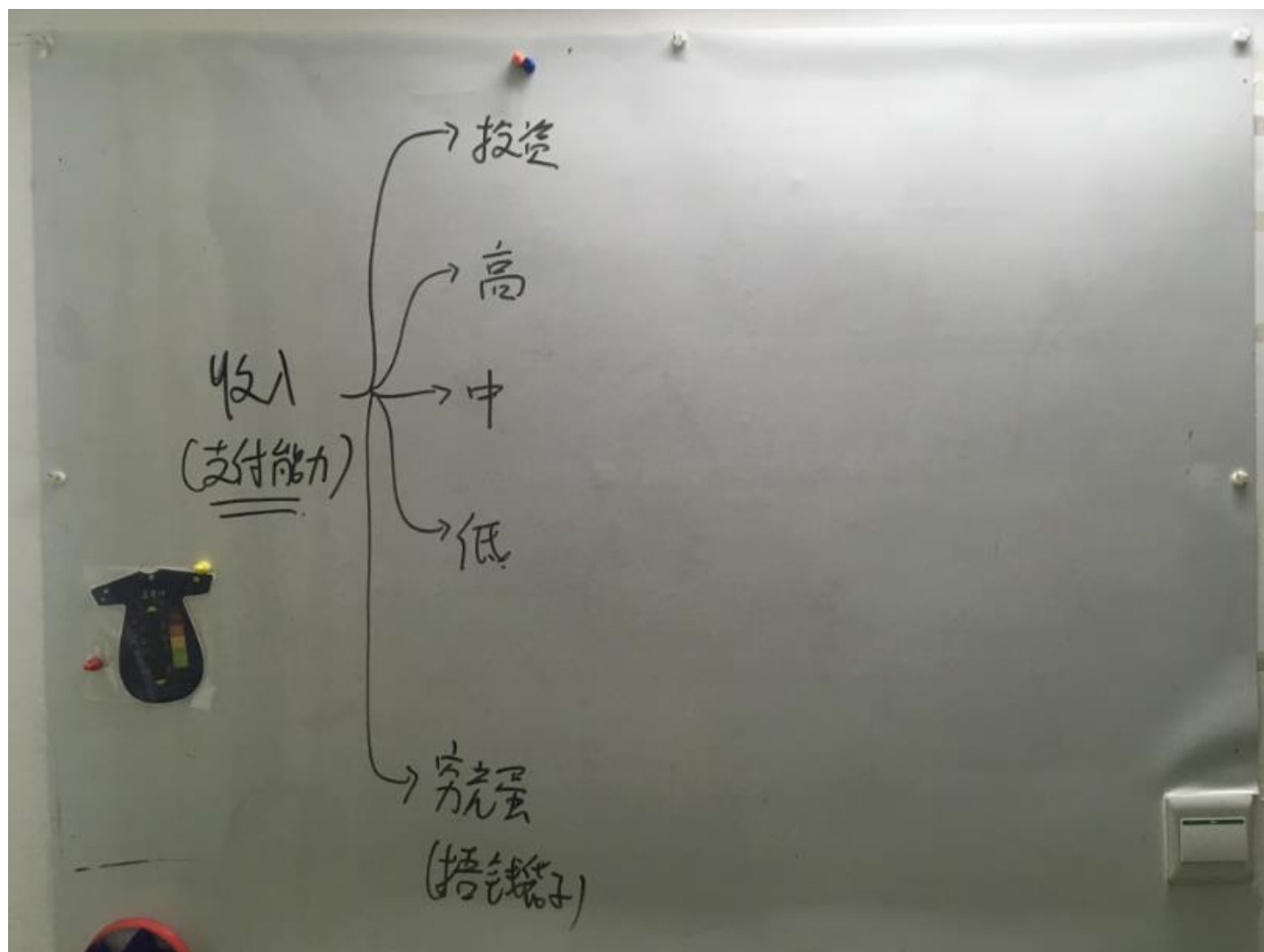
土地是最重要的属性



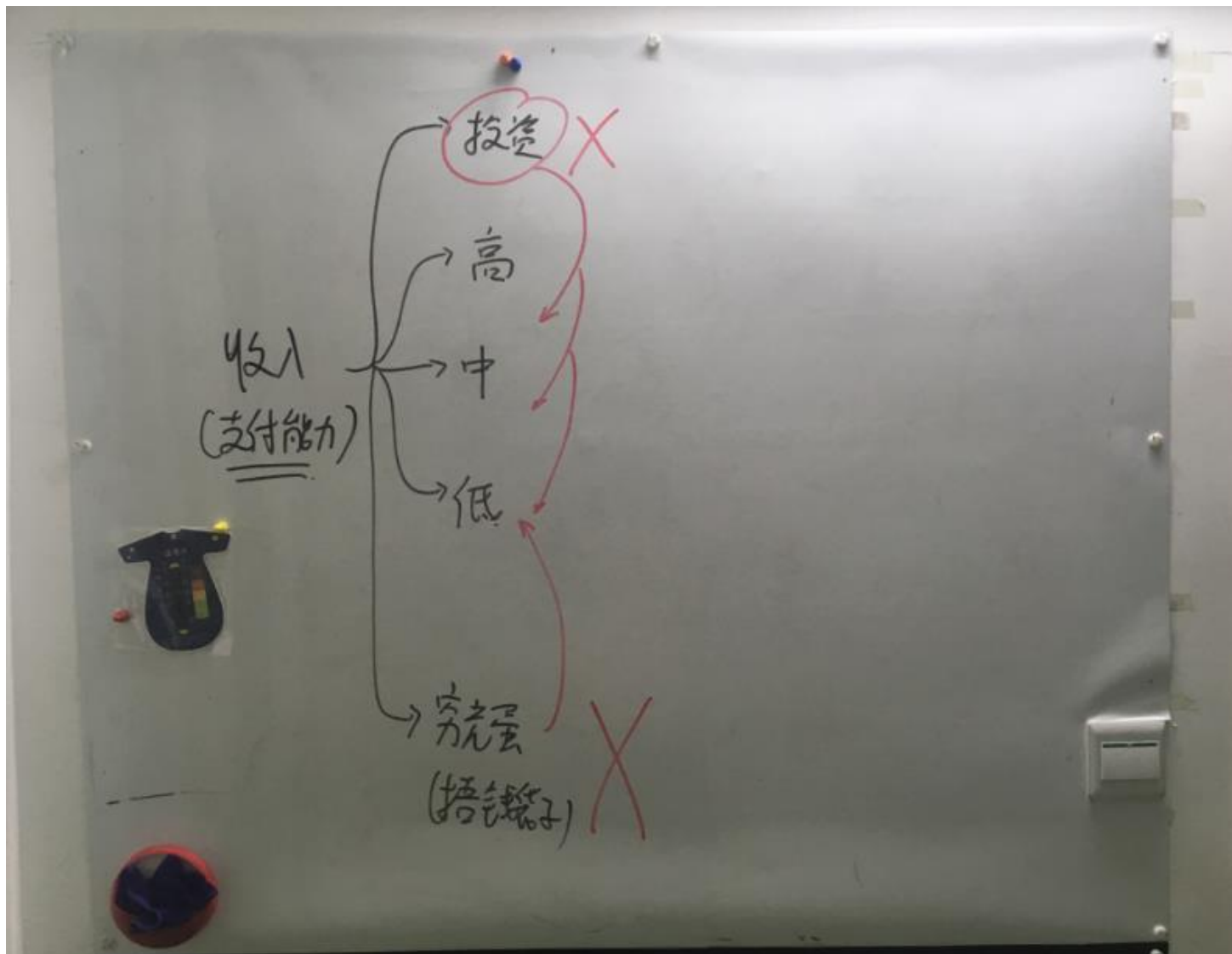
不同土地属性，吸引不同的客户



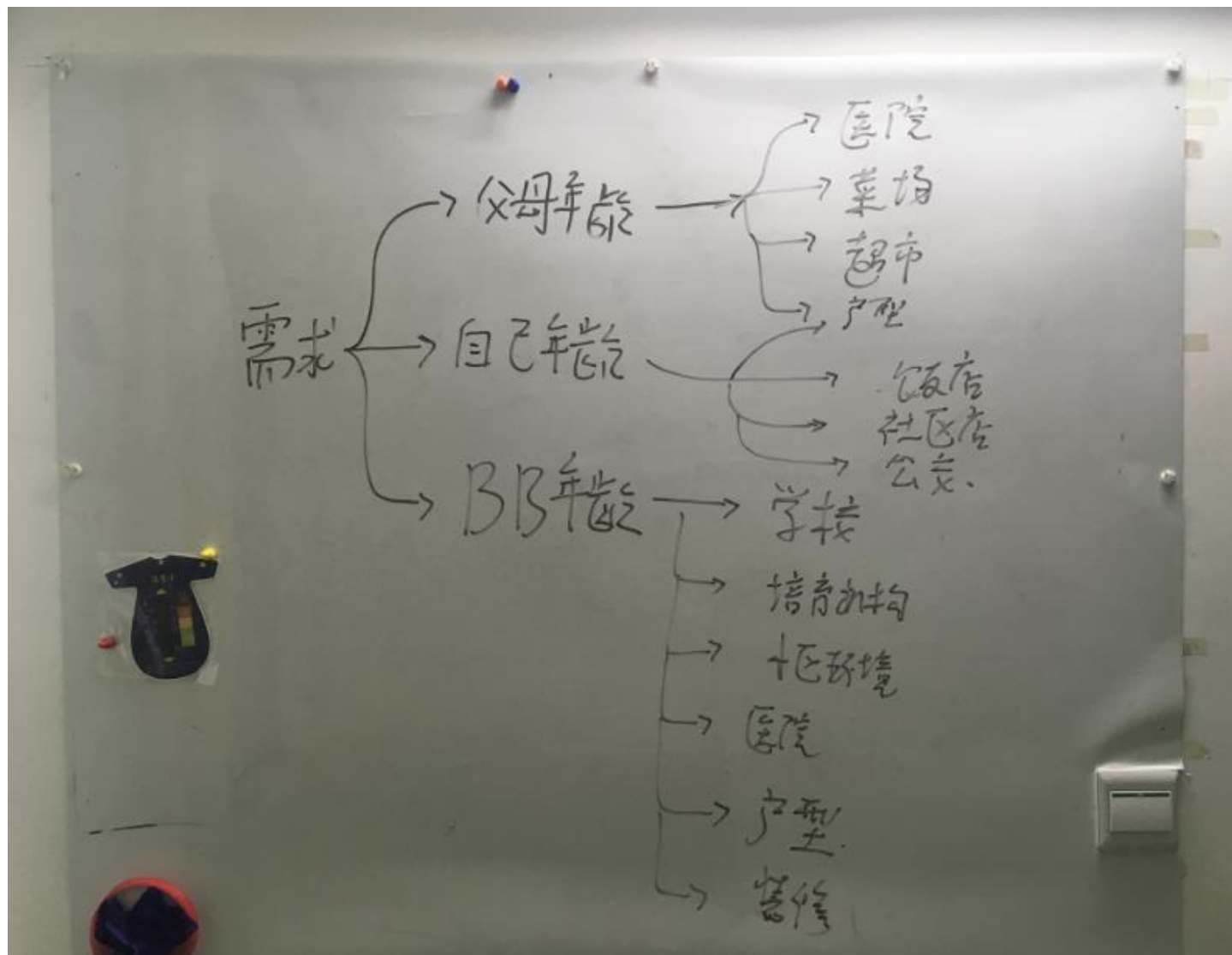
卖房子是为了赚钱，所以客户支付能力很重要



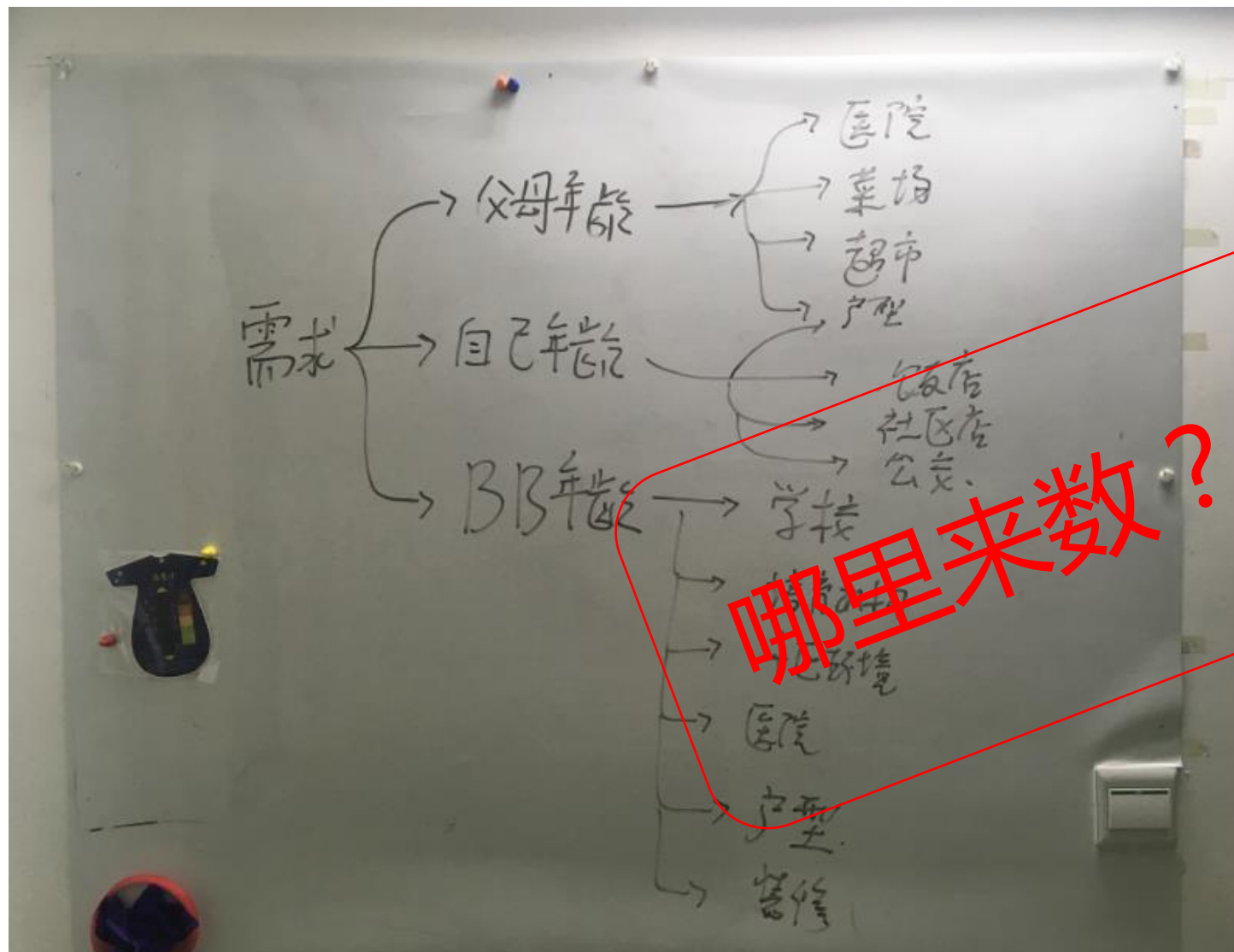
有支付能力的刚需是核心



描述需求可以从很多维度

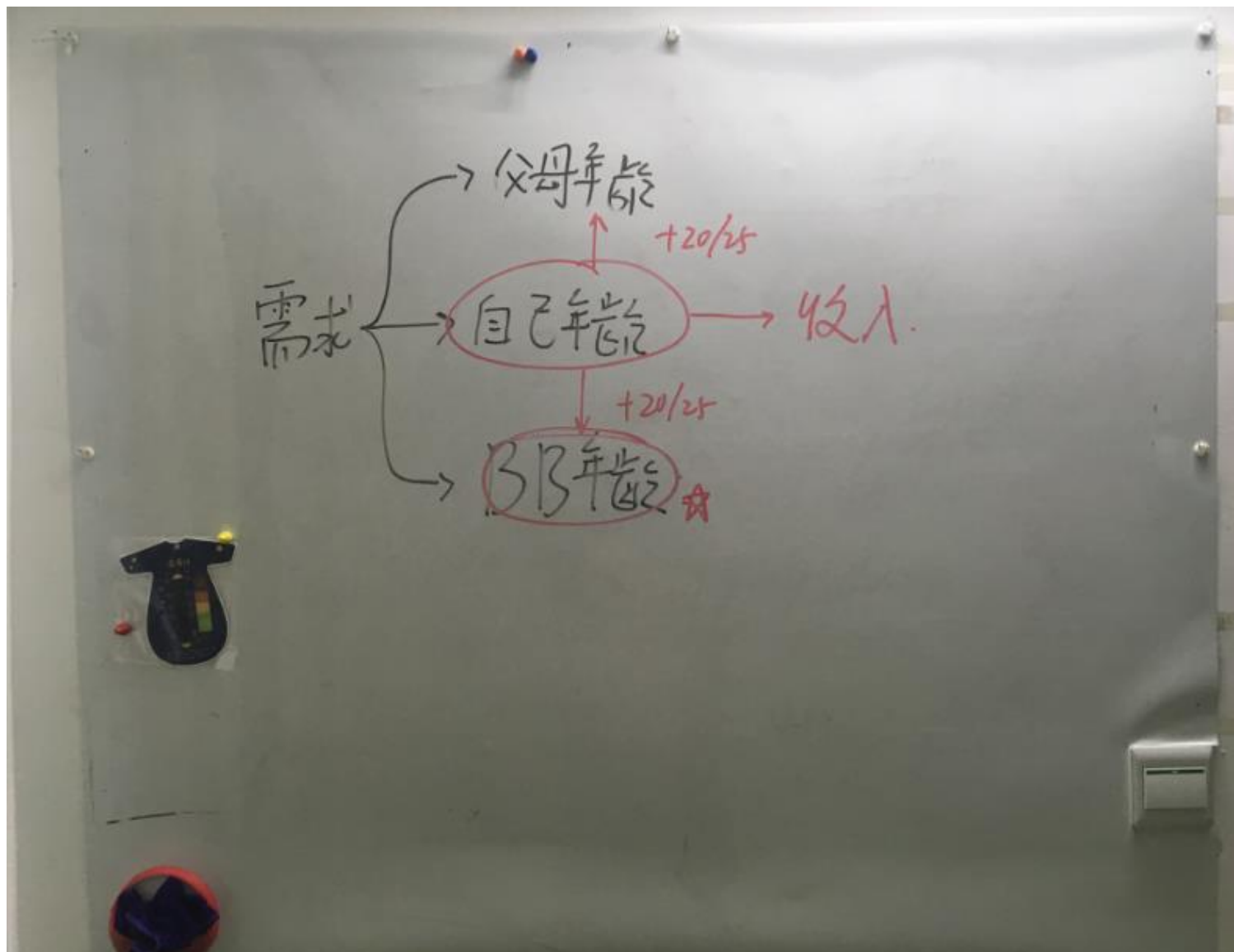


然而，怎么收集呢？？？？

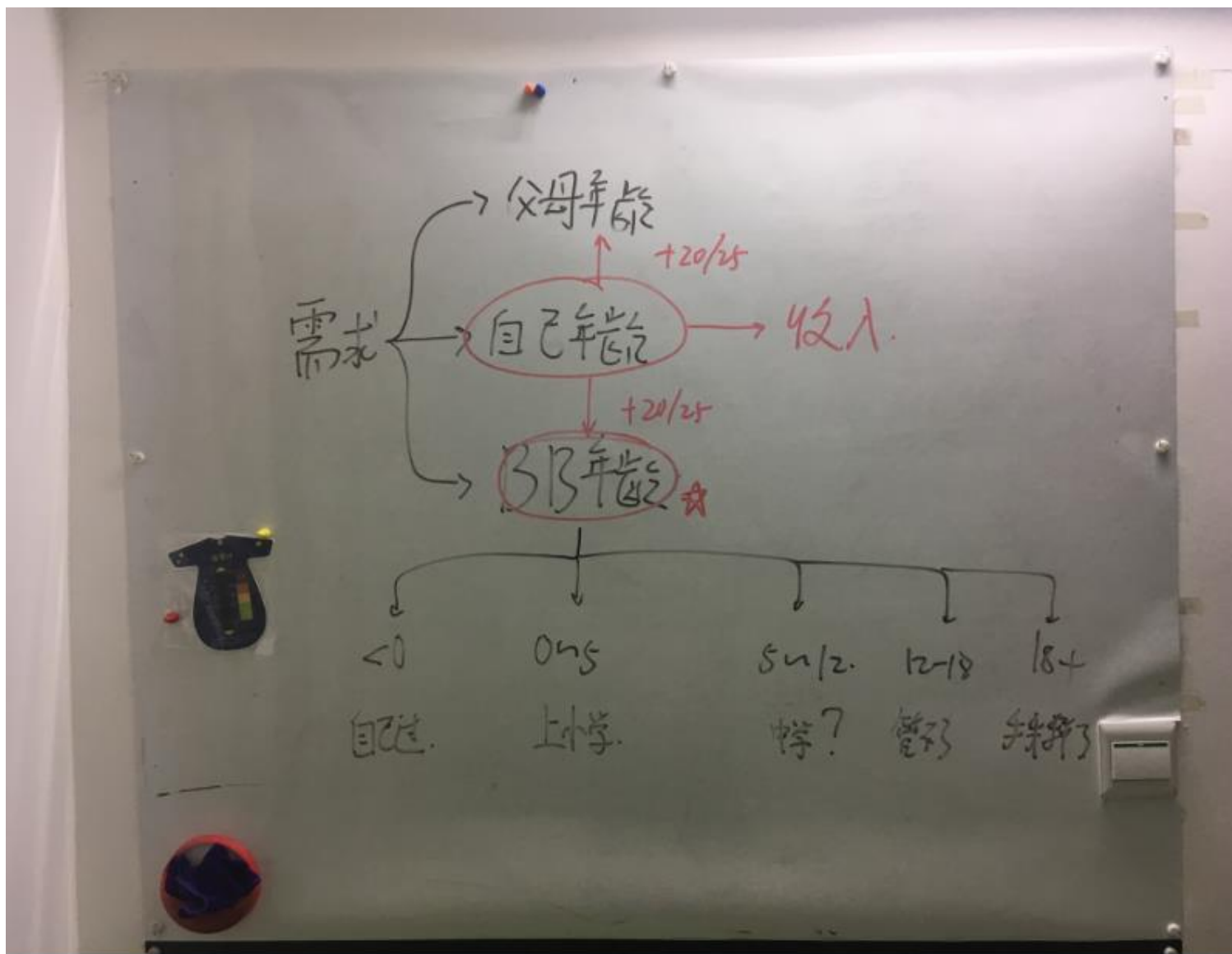


12.2：压缩数据维度的方法

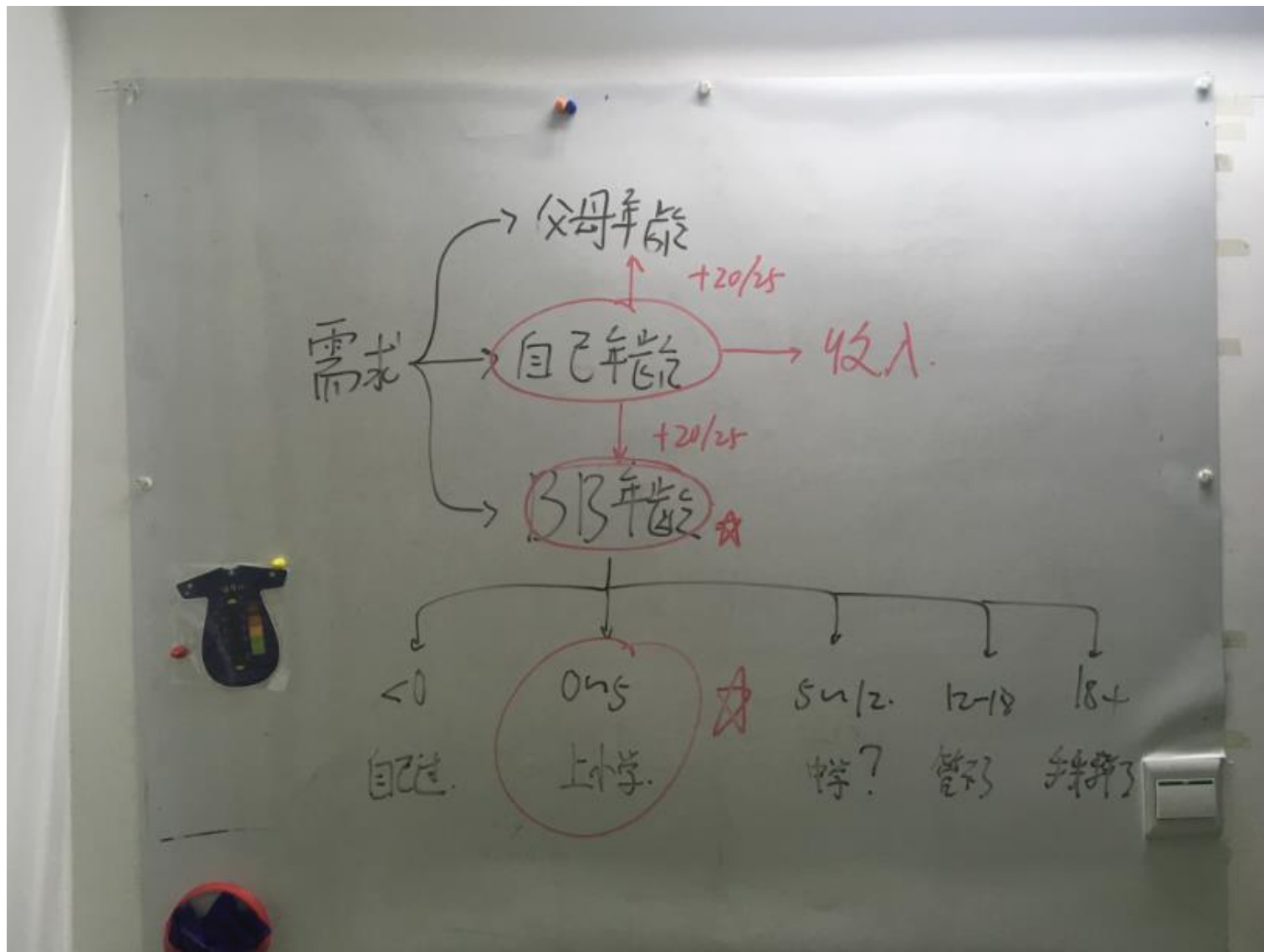
挖掘业务逻辑，找最核心的维度



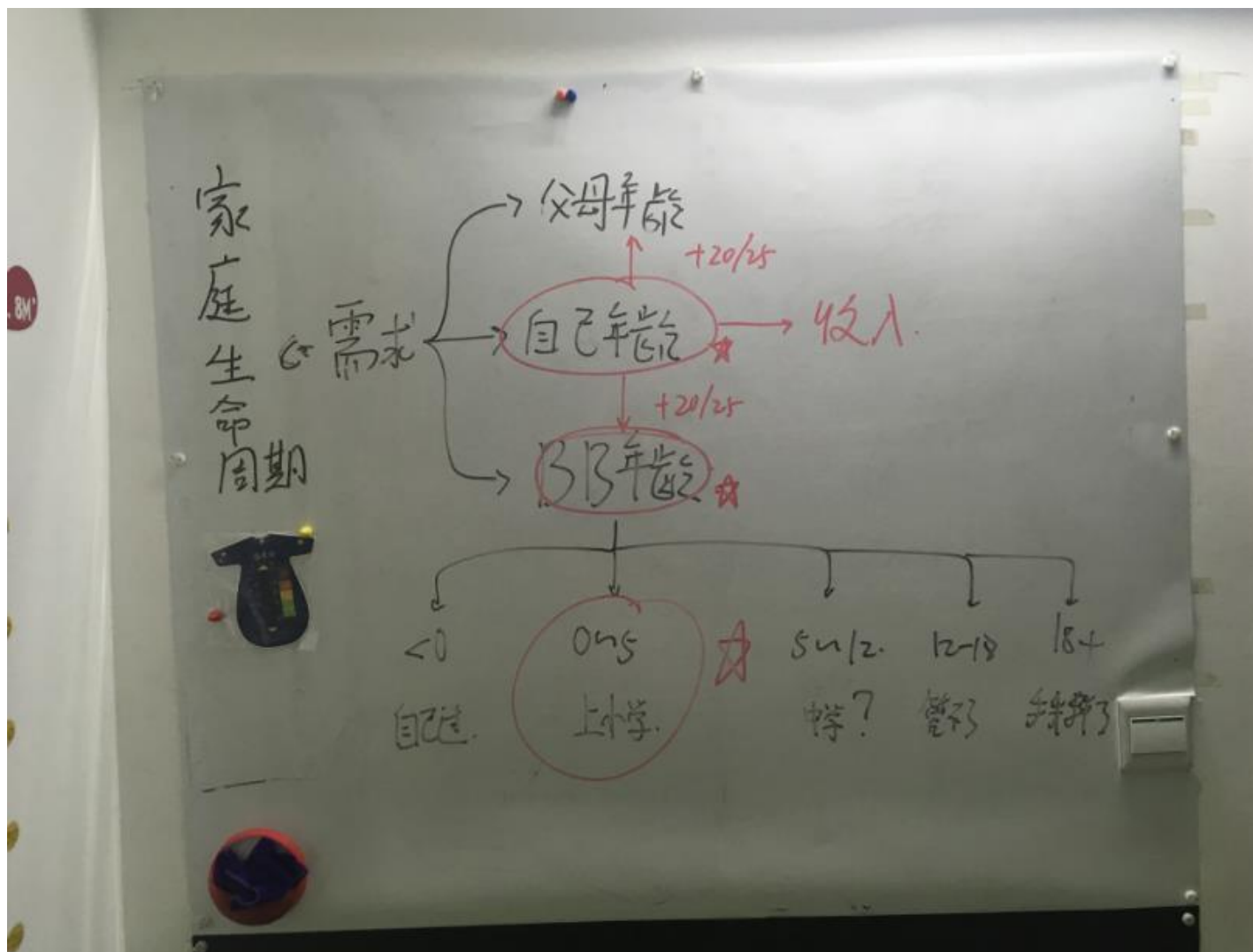
根据核心维度，进行初步拆分



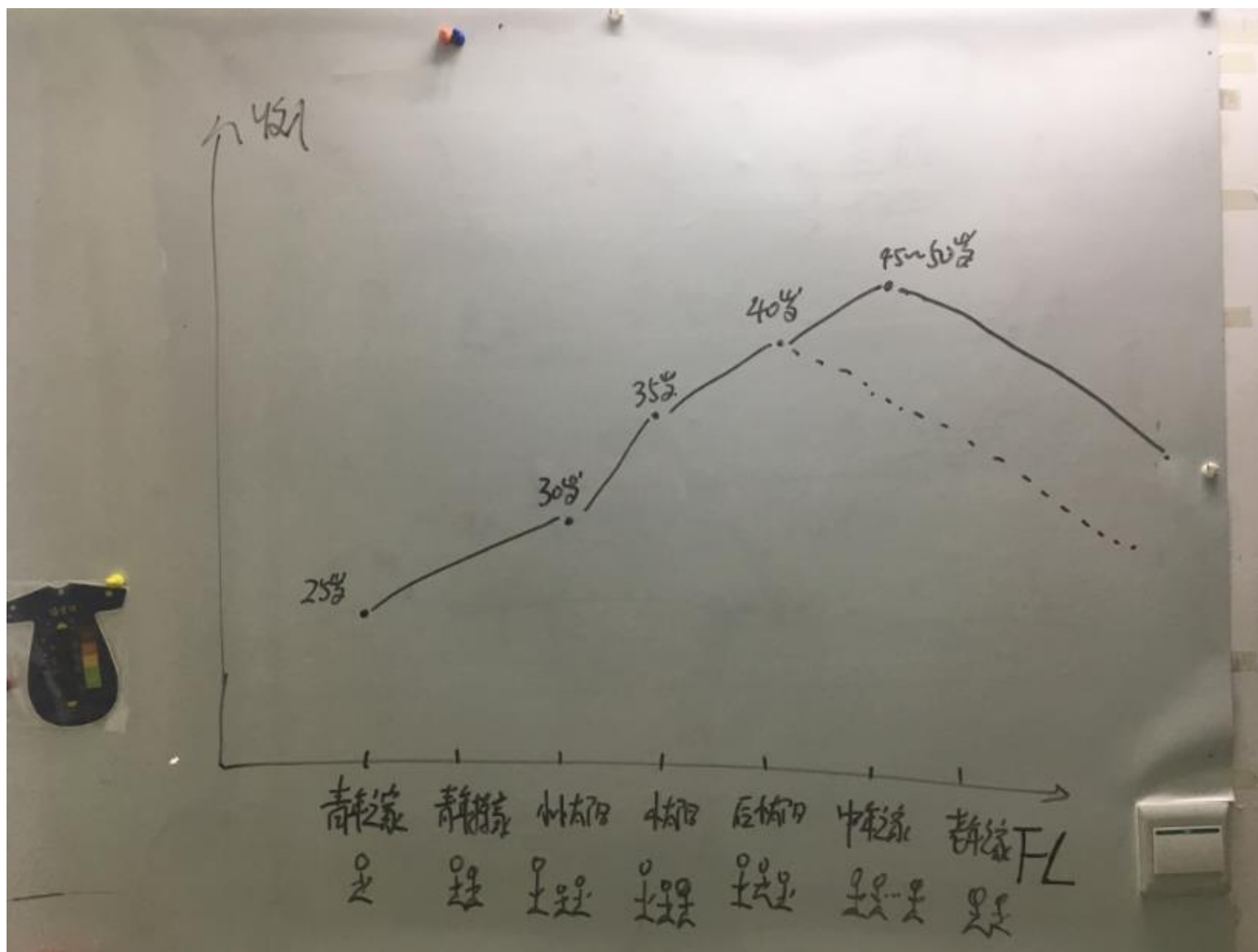
业务验证，进一步聚焦



综合多个维度，统一输出

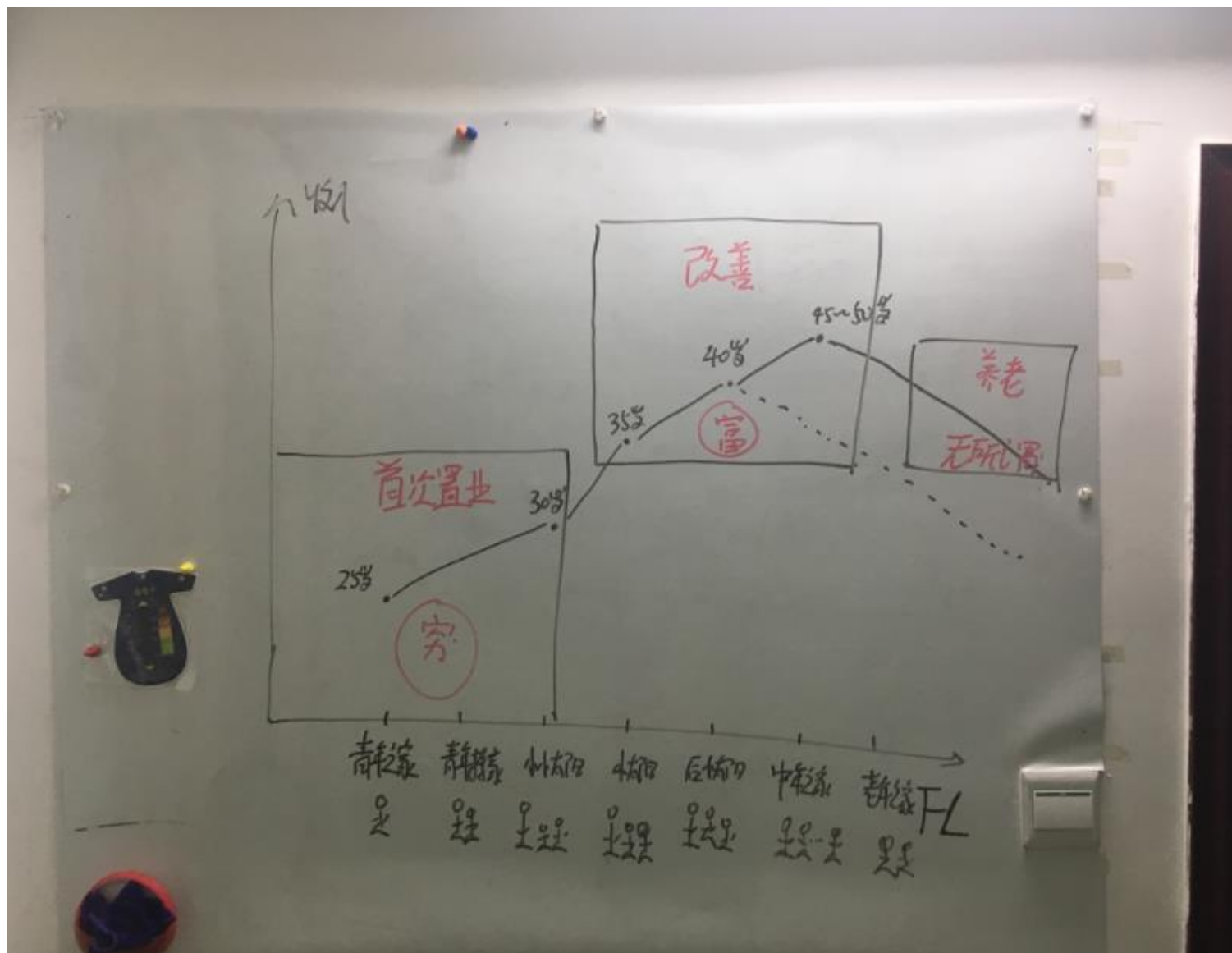


一张图清晰展示用户布局

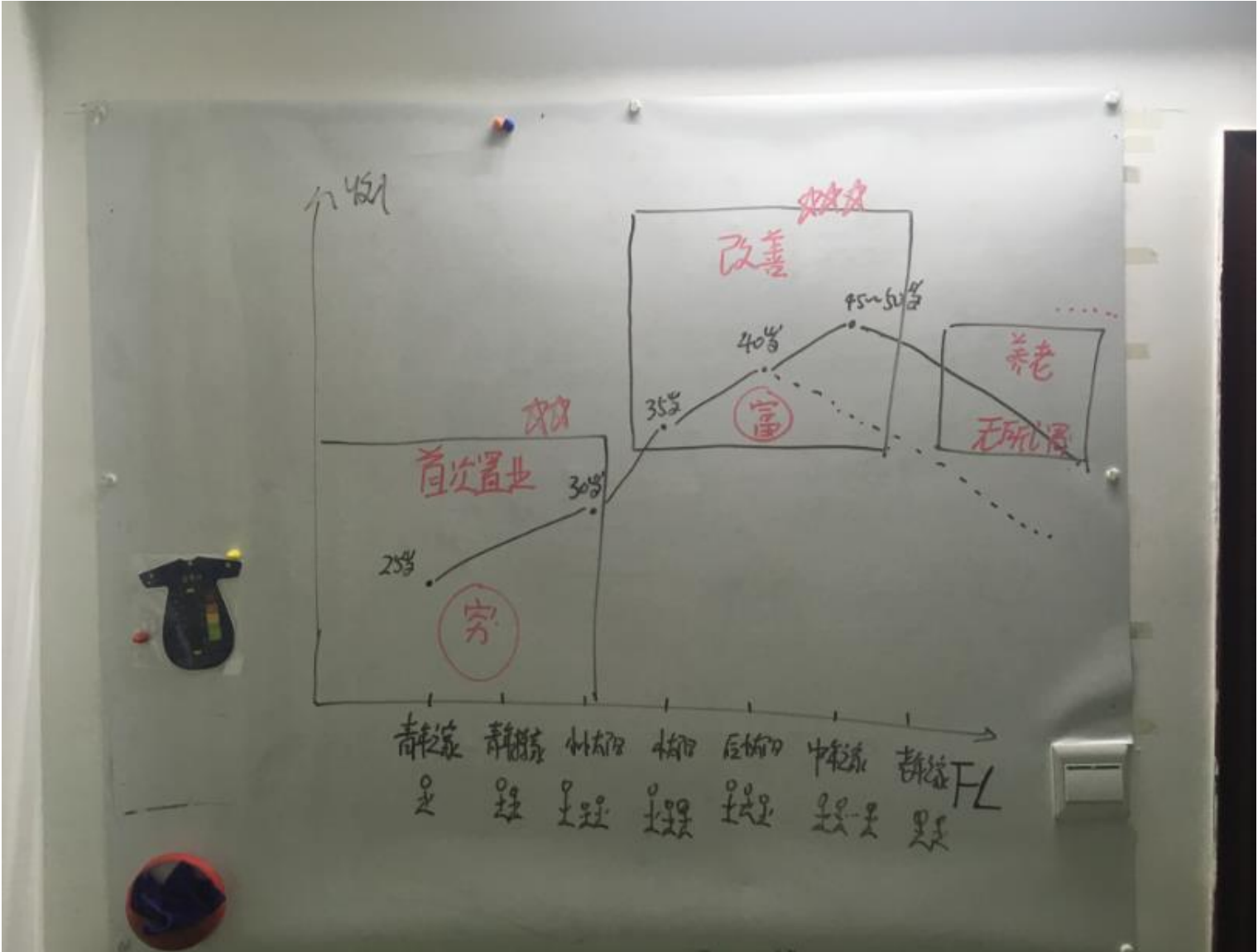


12.3：数据指导产品设计的方法

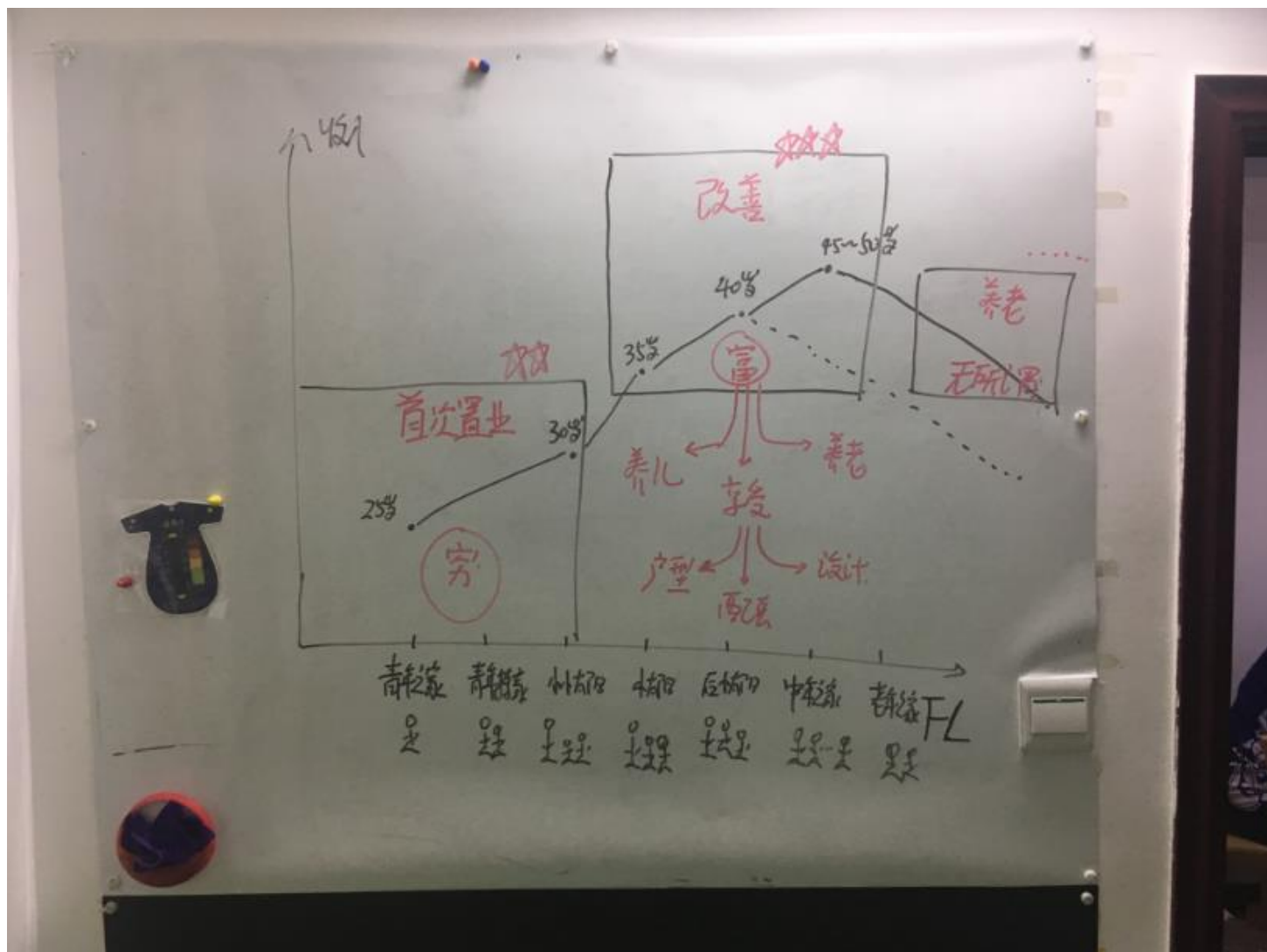
对应用户核心需求，布局产品



多种需求综合时，考虑优先级

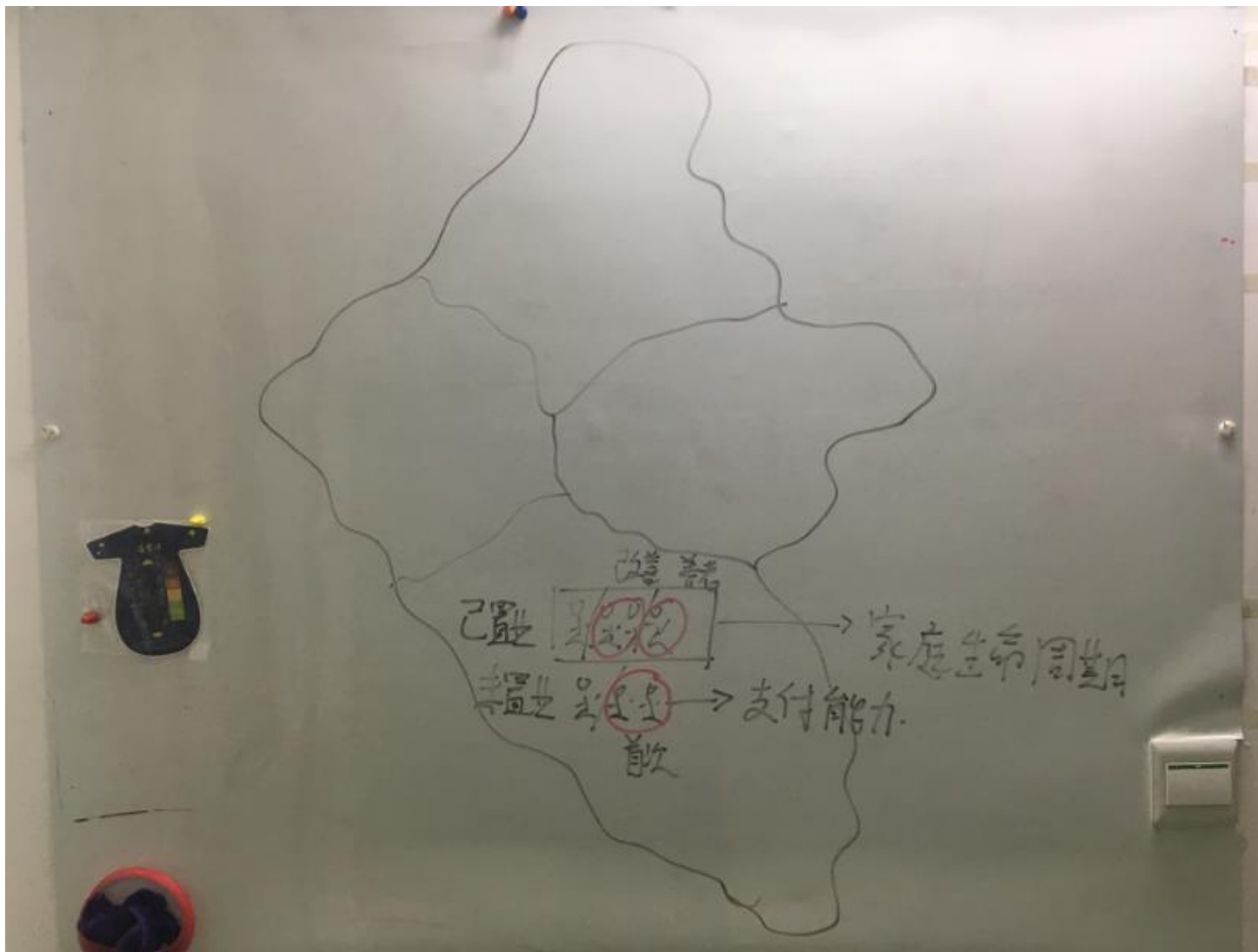


为精准指导，可进一步细分需求（1）

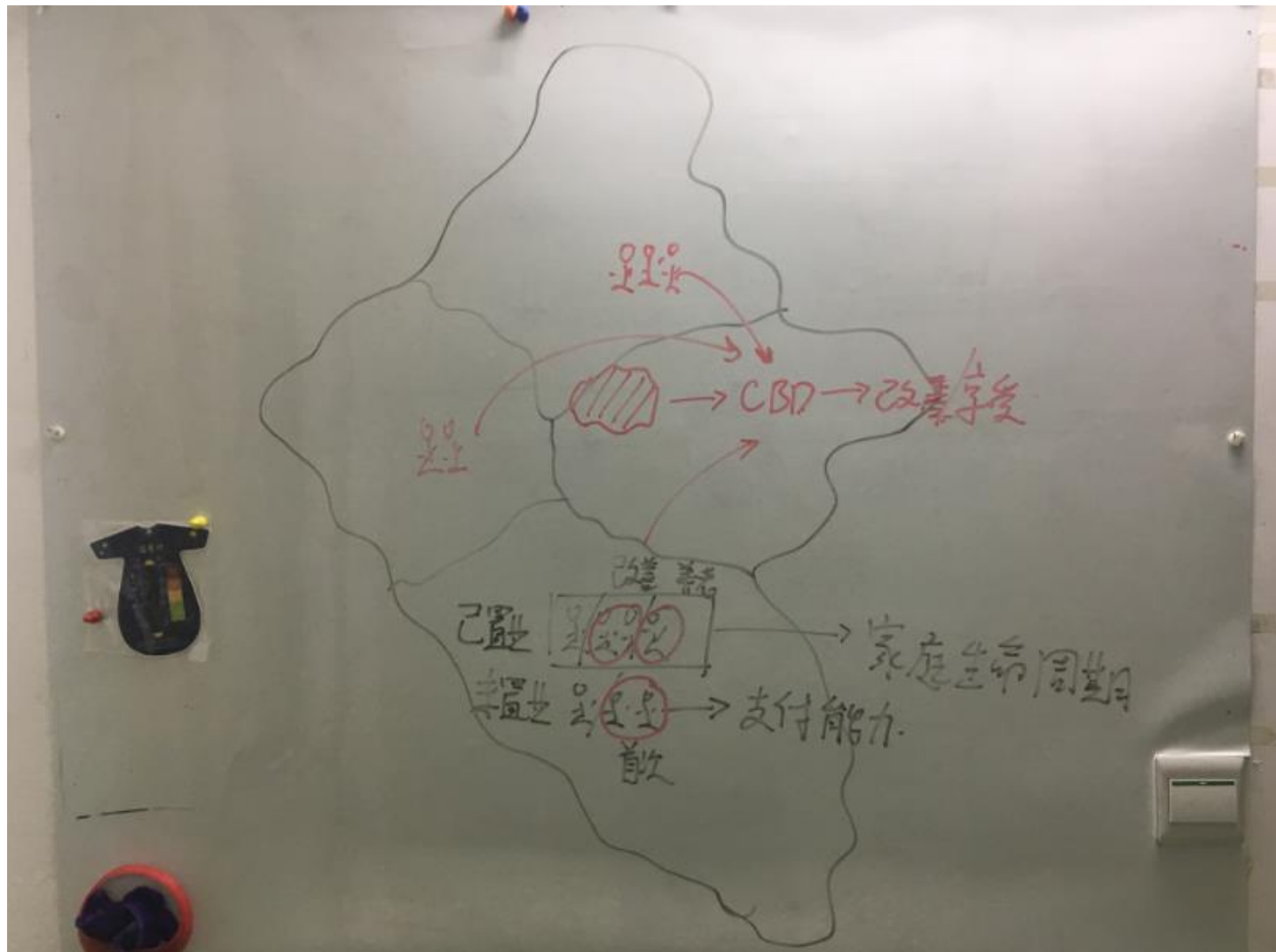


12.4：数据指导产品投放的方法

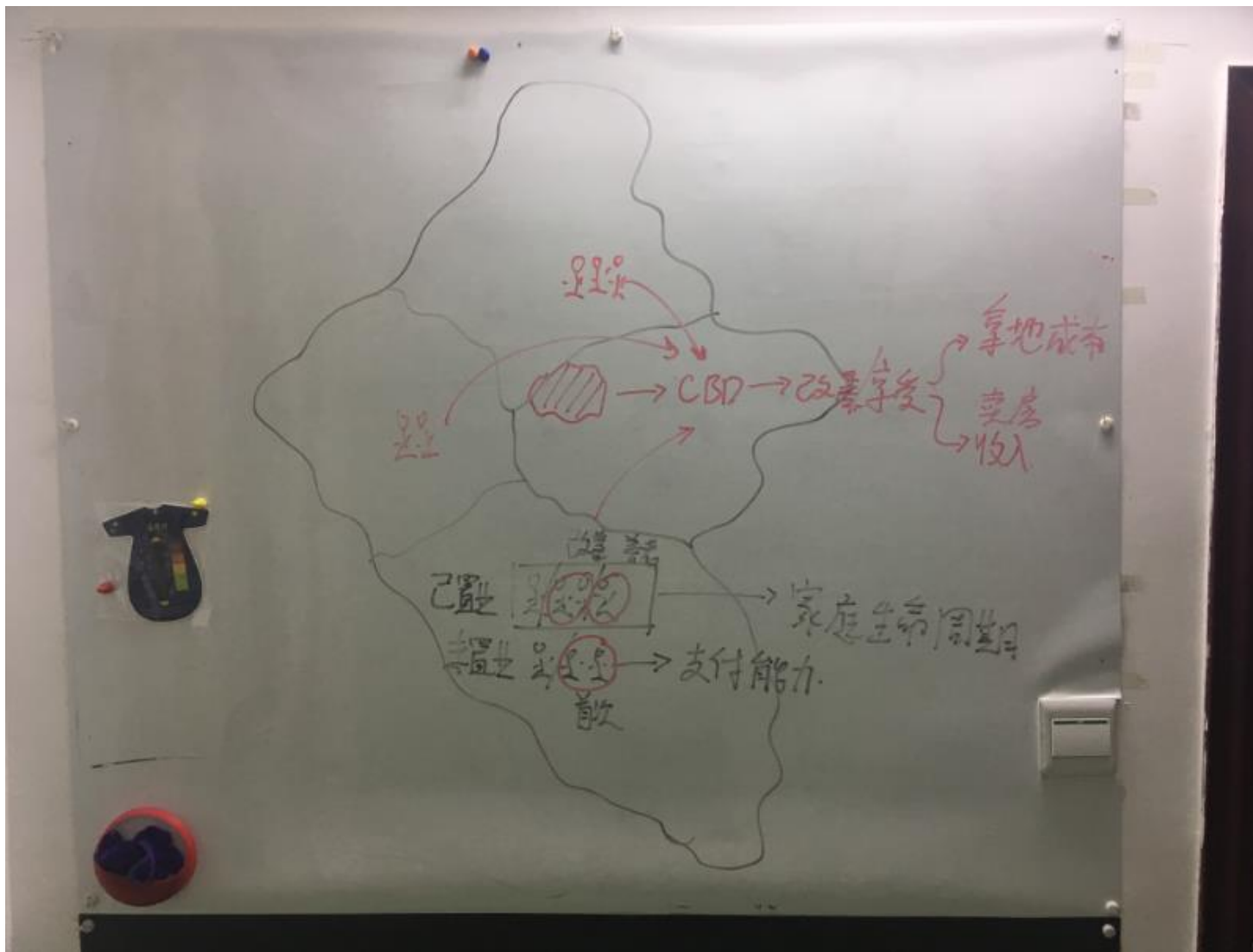
结合用户分布，考虑在一个区域内产品投放



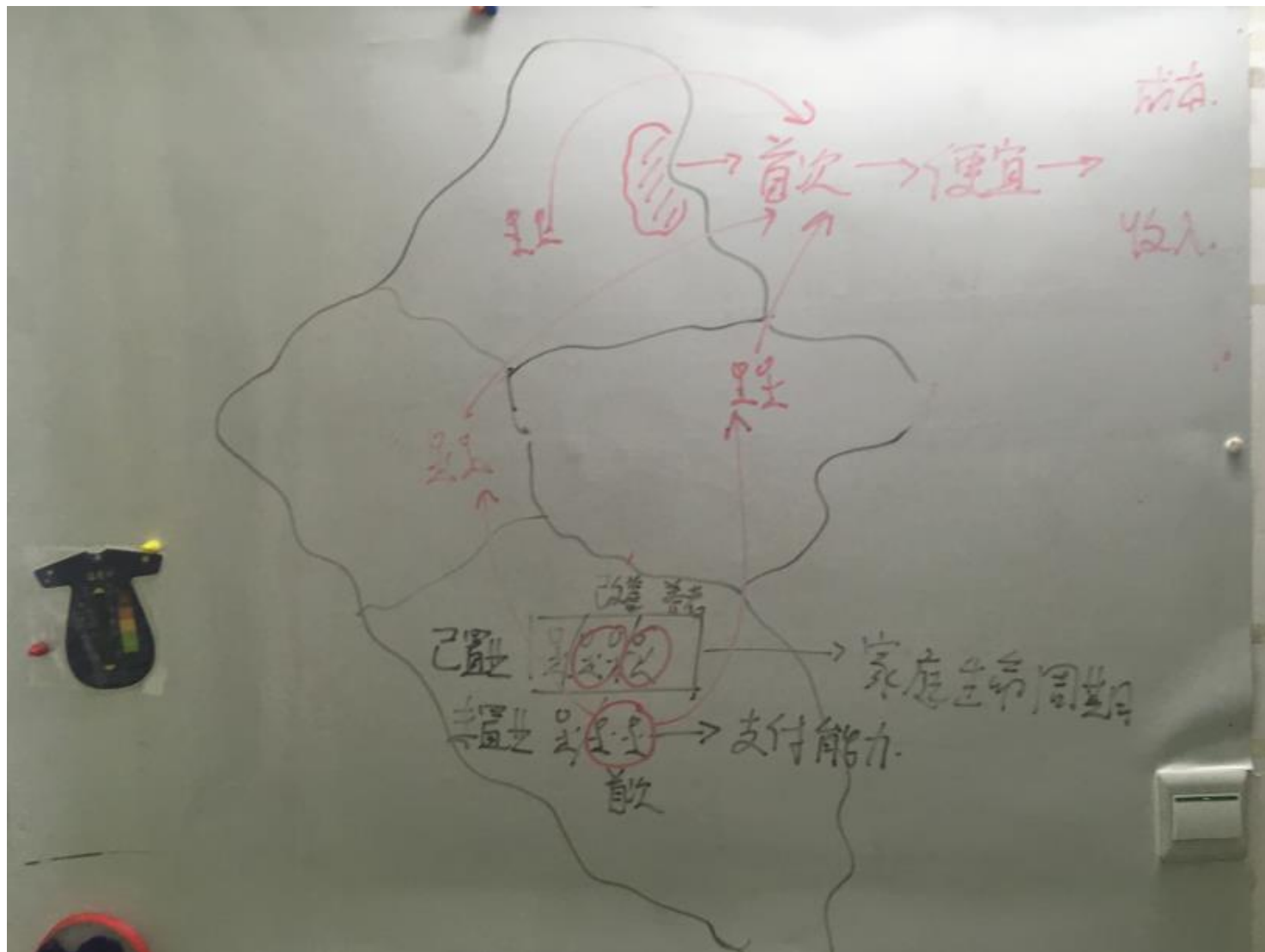
评估产品前景，打造精品



对应回土地属性，评估产品价值



类似的其他产品布局



12.5：启示录：不怕数据烂，就怕思路乱

启示一

数据少是常态，数据丰富才奇怪

数据少，不是事，思路混乱才没戏

启示二

产品设计要有前瞻性，基于现有数据只能改善，不能设计
想设计爆款产品，建立在前瞻性的用户洞察基础之上

启示三

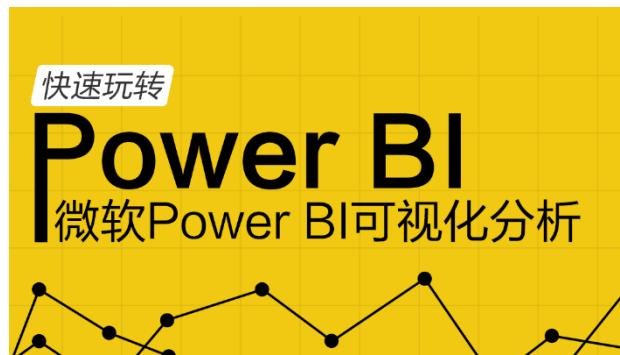
洞察用户，是件**内重外轻**的工作

分析可以做的很深，但是应用需要简洁清晰

启示四

越是宏大的测算，对稳定性要求越高，对复杂度要求越低

更多商业智能BI和大数据精品视频尽在 www.hellobi.com



BI、商业智能
数据挖掘 大数据
数据分析
R Python
机器学习
Tableau
QLIKVIEW
Hive Hadoop
BIWORK
BAO胖子 seng
曹浩 贝克汉姆