

业务需求挖掘与分析



目录

CONTENTS

1

WHAT-业务需求分析定义

2

HOW-如何分析业务需求

3

WHAT-业务需求筛选



目录

CONTENTS

1

WHY-业务需求分析重要性

2

HOW-如何分析业务需求

3

WHAT-业务需求筛选

引言

为什么要挖掘业务需求



公主摘月亮的故事



业务需求特点：复杂、真假难辨

曲解需求的后果：?????



什么是业务需求分析

从**用户（业务）**提出的需求出发，挖掘其内心真正的**目标**，并转化为**产品需求**的过程。

什么是业务需求分析-用户

WHO-找到用户

- 根据产品基本定位，明确用户分类
- 不同用户群体的特征
年龄、性别消费能力、城市、共性习惯等
- 用户角色建模



- 有宝宝(自己/亲友)
- 时尚、消费周期明显且高频
- 品牌忠诚度高、喜欢交流

什么是业务需求分析

WHAT-目标是什么

然并卵

“小明饿了想吃肥肠面，你一看肥肠面的价格是100元，但是你了解到的小明最好玩游戏，结果你给他买了个200左右的小霸王”

特定场景下的目标



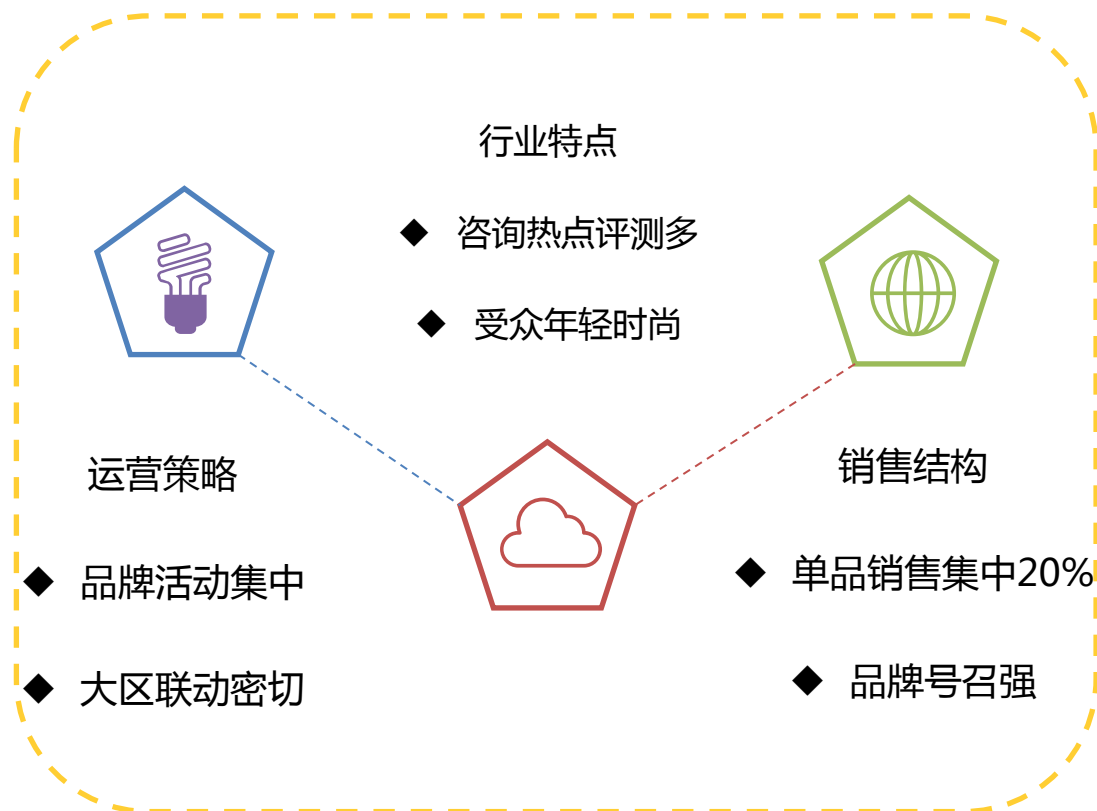
场景：需要考虑具体什么环境（时间、地点、情境）什么类型用户的什么动机，想达到什么目标，以及人与人的关系



超市和通讯二级页的
搜索功能

什么是业务需求分析

HOW-产品解决方案—案例



手机通讯社区



线下游戏、晒单参与



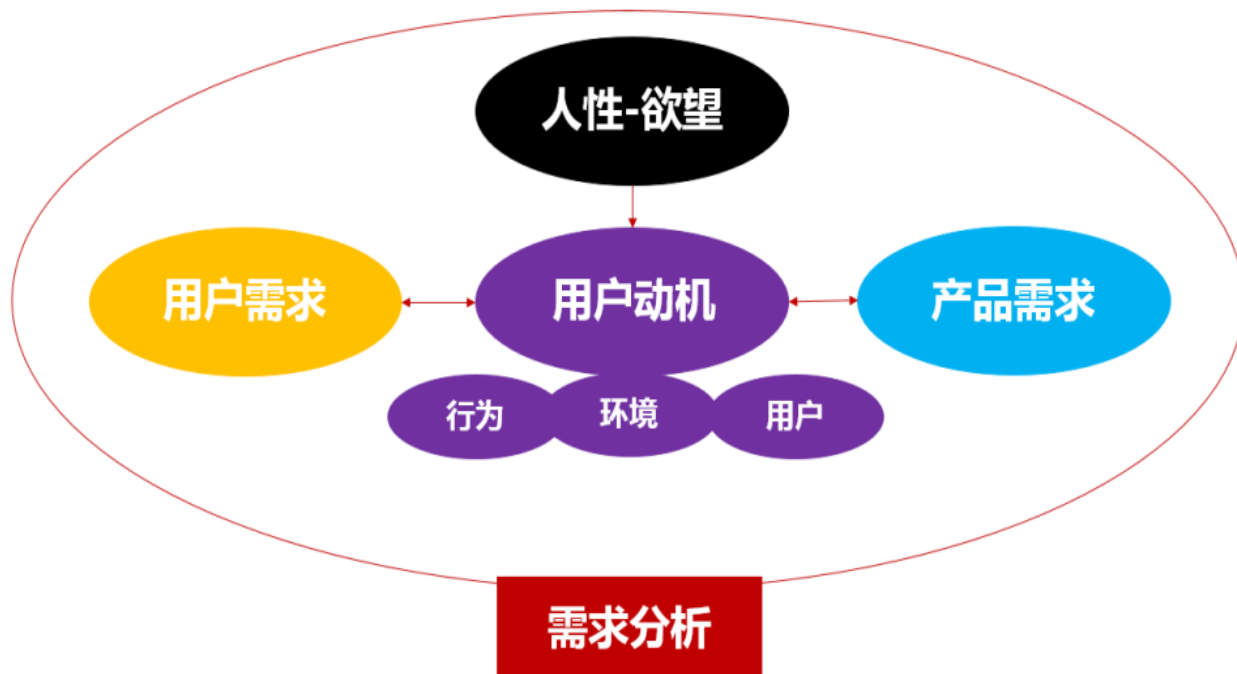
行业咨询下的单品导购、话题导购



投票、发烧友乐园

什么是业务需求分析

业务需求分析总结



即满足“目标用户”在“合理场景”下的“用户目标”。

目录

CONTENTS

1

WHY-业务需求分析重要性

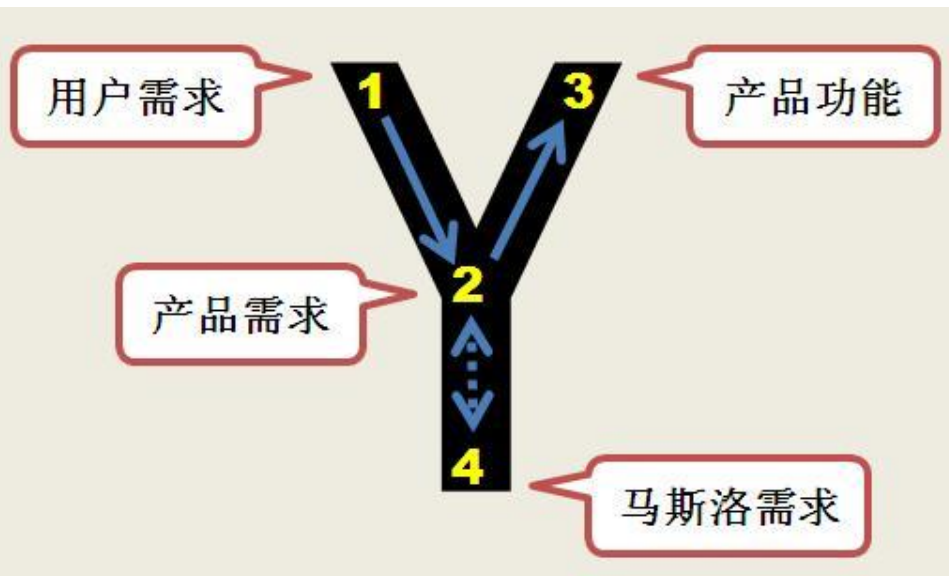
2

HOW-如何分析业务需求

3

WHAT-业务需求筛选

如何挖掘和分析业务需求



苏杰 “Y理论”

“Y”的越上面越是解决方案，越下面越是背后的目的。”

◆ 1→2, 通过问 “Why”, 逐步归纳

- 目标用户--场景--用户目标（使用场景、关键字）

案例：品牌街—中高端用户—无明确偏好逛--找大牌、正品、认同感--（品牌故事、明星同款）

◆ 2→3，通过问“**How**”，逐步演绎

- 业务驱动用户、用户驱动产品设计
- 情境驱动目标、目标驱动设计

案例：掌上抢—整点抢便宜—价格敏感用户—突出折扣、倒计时氛围

- 用户想要找东西——找到更符合要求的东
西——推荐给他他所关注的东西——好东
西推荐给好友

案例：好店推荐

如何挖掘和分析业务需求



林努斯买电钻

- 销售人员

500元卖了电钻，可是林努斯很辛苦很费钱

- 初级产品

50卖了增值服务，林努斯省力省钱

- 中级产品

提供买画包安装一条龙，林努斯省精力省力又省钱

- 高级产品

挖掘寂寞空虚冷的内心，介绍女朋友，林努斯十分满意

最接近 “4”

意识流分析

用户心理

用户体验

非体系谈心理

人性利用

用户行为模拟

把自己当用户

群体效应

交互体验

有色眼镜局限（90后）

用户调研

深度用户理解

试用产品：用户流程明确、参与度高的产品，如叨叨

数据建模分析

数据

用户数据细分

数据描述一切

结构化数据构建

用数据profiling用户

数据都是事实

大数据分析

数据模拟运营

有数据无观点

小流量测试

试用产品：偏操作、偏流程类产品，如掌上抢



目录

CONTENTS

1

WHY-业务需求分析重要性

2

HOW-如何分析业务需求

3

WHAT-业务需求筛选

四大准则

- ◆ 可行性（技术能否实现）
- ◆ 成本（人力成本、时间成本）
- ◆ 商业风险(创业中的对手替代，淘宝社区)
- ◆ 是不是用户最迫切的需求（紧急性与重要性）

三种方法

- ◆ KANO模型
- ◆ 需求减法
- ◆ 专家评估式

卡诺模型也叫做狩野模型（Kano Model），它是由日本品管大师狩野纪昭（Noriaki Kano）博士于1984年所提出的。卡诺模型的核心是将产品品质分为5个部分：

E 反向品质(Reverse)：用户根本都没有此需求，提供后用户满意度反而会下降。

研究-卡诺模型

必要品质（有了不一定NB，没有一定SB）

鸳鸯锅底，辣锅底，清汤锅底
肥羊，肥牛，青菜，午餐肉...



无差异品质
（有没有影响不大）

墙上的壁画
马桶的品牌
餐后送个雪糕
.....

一维品质
（越NB产品就越NB）

羊肉的分量
上菜的速度
价格的优势
服务的温馨
.....

魅力品质（没有不会SB，有了立马NB）

秘制锅底（黄记煌，二郎田鸡）现场拉面，限时出品...



超市二级页功能
思考

我的超市
分类
特色中国
搜索框
购物车
社区导购
营销产品楼层
狂欢购

完整、透彻的需求分析和挖掘，是产品成功的第一步，也是最重要、困难的一步！！

Thanks!

