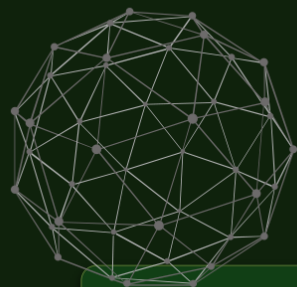


您是什么样的产品，留下你的画像



IPM Base

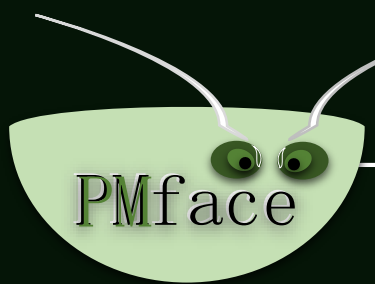
产品经理系统基础课



Pmface office

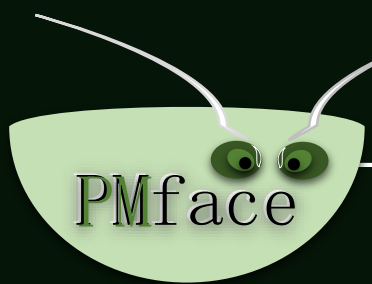
Power by @Chenwind
Charles liu (刘腊字)
ic18@163.com





Chapter





产品需求篇一分析



Chapter

1

需求篇

lesson

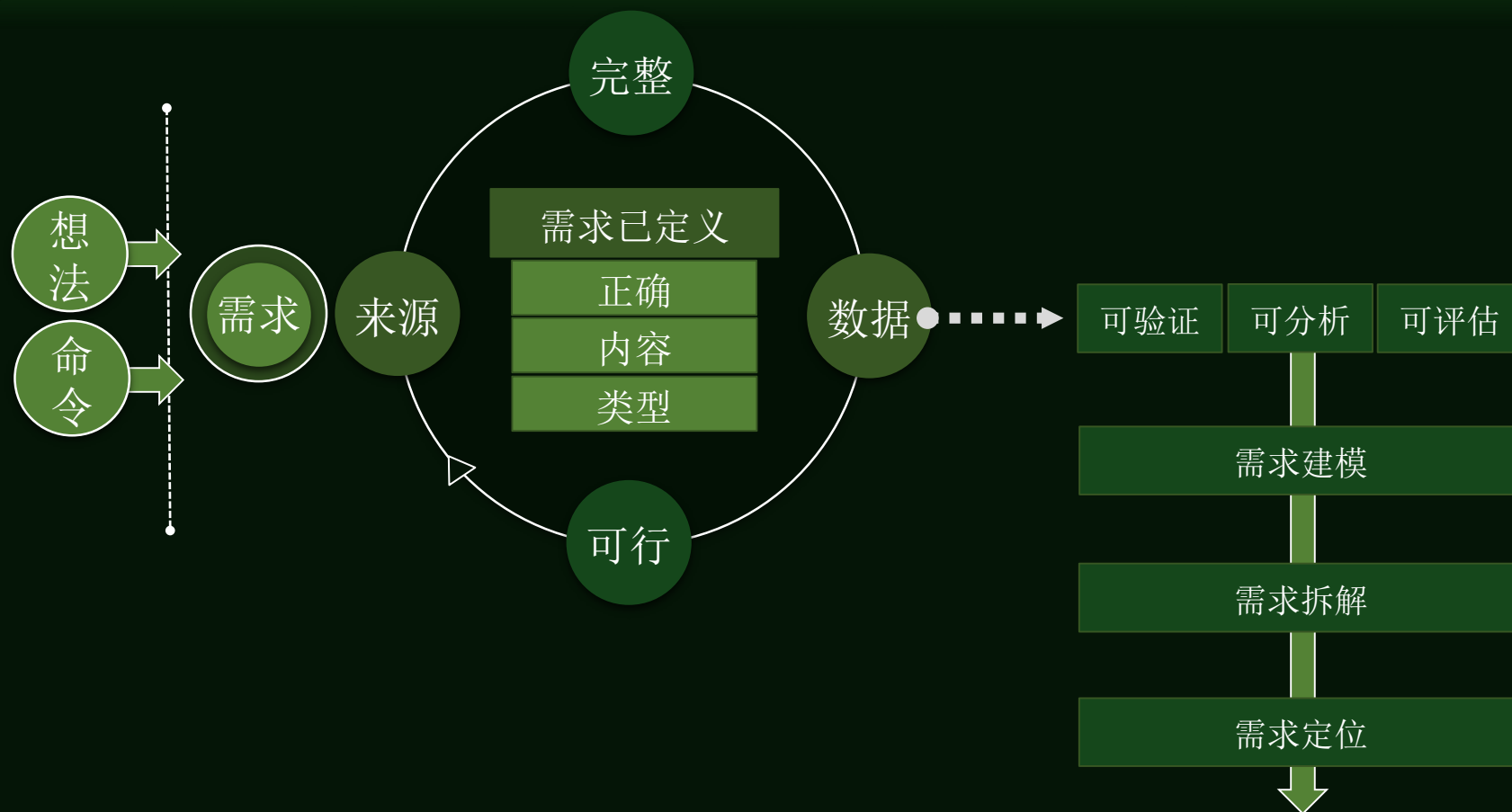
1

需求分析



已收集的需求

把一个完整正确的需求分解为可执行需求





需求模型的整理



1 需求整理

瓶子的口径从可口可乐的2.8cm修改为4.2cm

需求来源	需求目的	需求内容	需求分解	需求类型	验证真实性
市场	产品差异化	瓶子的口径从可口可乐的2.8cm修改为4.2cm 对于矿泉水饮料的口径修改长度、宽度、螺旋盖、保证方法提升差异化	使用习惯	业务需求	
				系统需求	
			喝水习惯	用户需求	
				功能需求	
			外形更改	改版需求	
		增加购买量		销售需求	
		增加用户重复购买率		运营需求	
		增加用户使用场景		市场需求	
		增加用户体验度		运营需求	

2 已经被建模需求整理拆解&验证

新需求

新用户

改需求

新用户

老用户

产品类型

产品线

碳酸饮料

可乐

果汁

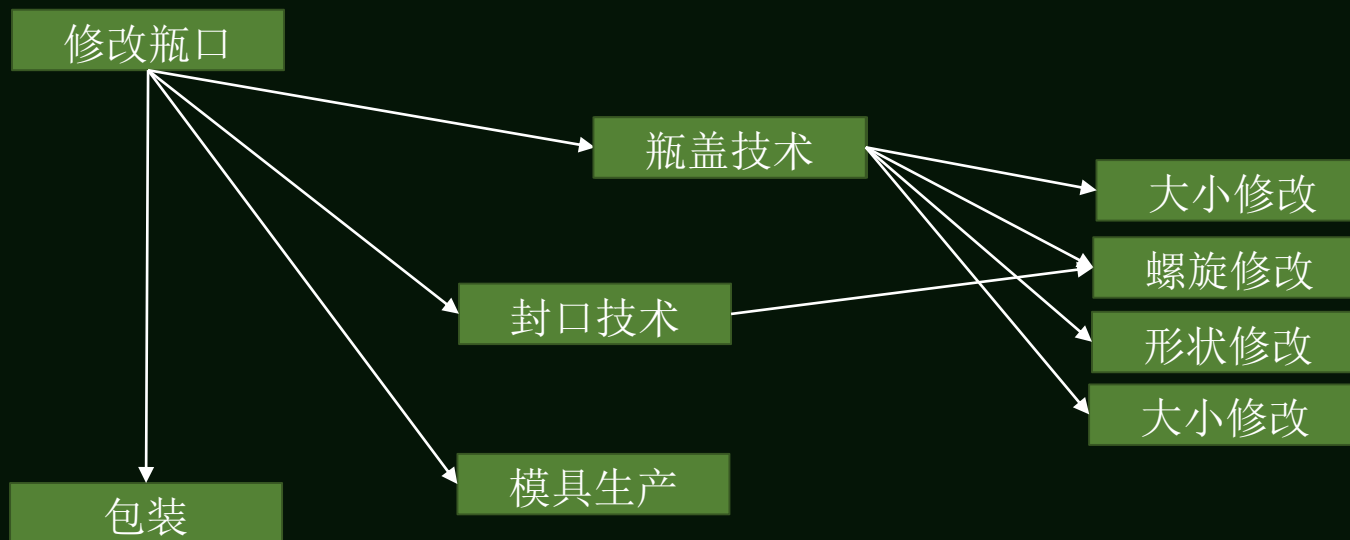
汇源

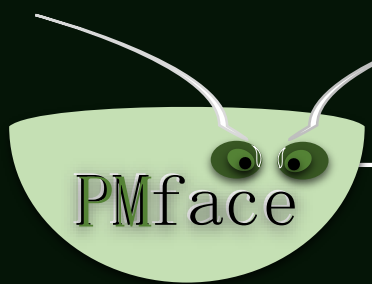
矿泉水

爱夸

2 需求用例

瓶子的口径从可口可乐的2.8cm修改为4.2cm





需求的成本及周期分析



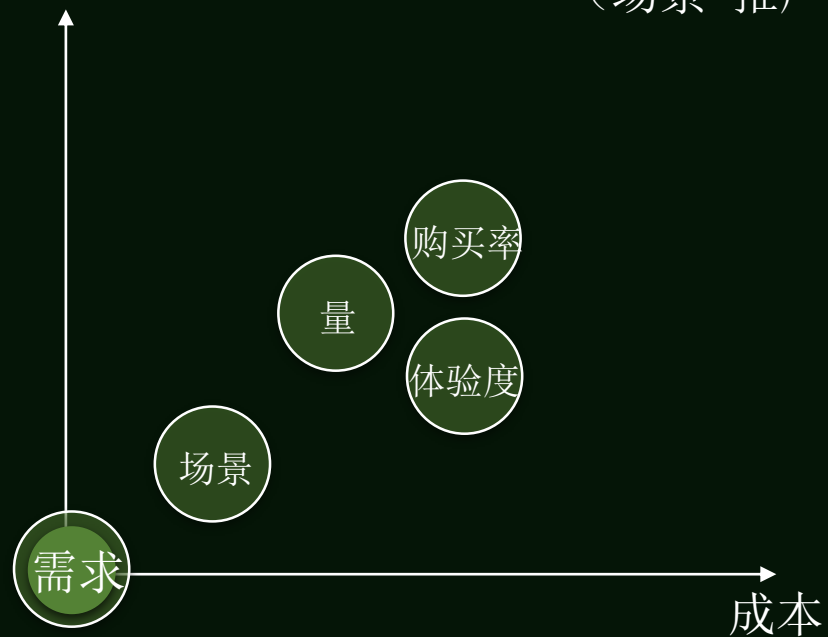
1 需求分析

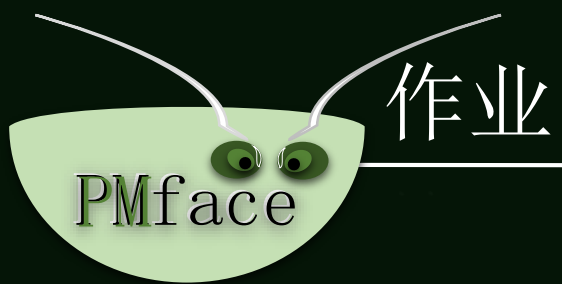
瓶子的口径从可口可乐的2.8cm修改为4.2cm



价值

$(\text{场景} * \text{推广来源}) = \text{量} * \text{体验度} = \text{购买量} / \text{总购买量} = \text{购买率}$





假设你是大众点评的产品经理

假设公司的需求。将大众点评网站中评论人的维度中，增加评论人的所属地和口味

你如何处理这个需求

THANKS



Pmface office

Power by @Chenwind
Charles liu (刘腊字)
ic18@163.com

