

基于客户视角的产品思维大纲

课程名称：	基于客户视角的产品思维：道法势术器
培训时长：	1天
课程大纲：	<p>一. 客户视角产品思维的“道”</p> <ol style="list-style-type: none">1. 客户分类：性别、年龄、消费力、文化、阶层2. 供给定位：痛点（三角模型）、痒点、爽点3. 需求获取：马斯洛需求金字塔4. 用户研究：问卷调查、深度访谈、焦点小组、观察法、日志研究、数据挖掘5. 科学思维：统计学、第一性原理、因果性和相关性、控制变量法6. 结构性思维：象性分割、时间线、层级图、辩证7. 常用的分析框架：PEST、SWOT、精益创业画布、供需连、点线面 <p>二. 客户视角产品思维的“法”</p> <ol style="list-style-type: none">1. 人性美的洞察：好美、善良、团结、成就感、契约精神、超越自我

2. 人性恶的洞察：傲慢、嫉妒、暴怒、懒惰、贪婪、**暴食**和**色欲**
3. 商业洞察：经济学、金融学、行为经济学、产业链思维
4. 社会洞察：社会学、人类学、心理学、组织行为学
5. 需求洞察：需求真伪、需求根本、需求转换
6. 体验打造：峰终定律、心流、行为引导

三. 客户视角产品思维的“术”

1. 企业战略拆解能力：华为 BLM
2. 战术落地方法：金字塔、鱼骨图
3. 财务分析：收入成本表、动态测算
4. 竞争策略：时空策略、围魏救赵、舆情引导、把握稀缺
5. 产品生命周期管理：萌芽期、高速发展期、顶峰期、下滑期
6. 产品研发周期管理：立项、策划、开发、测试、内测、上架、运营
7. 向上管理：要资源、要重视、要预期
8. 平级管理：精算师、设计、测试、法务、财务、营销、运营、内容
9. 向下管理：分解、合作、赛马

10. 外部管理：用户、客户、供应商、媒体
11. 复杂产品项目的管理要义：目标 SMART、执行 PDCA
12. 高阶市场洞察力：跨学科融合、人性把握、商业思维
13. 数据化指导工作：埋点、漏斗、页面热点、宏观数据解读
14. 增长黑客方法实践：AARRR、疯传

四. 客户视角产品思维的“势”

1. 经济下行的社会趋势
2. 国家依赖性预期变差
3. 国际动荡带来的风险意识
4. 消费降级与升级
5. AI时代的机会与挑战

五. 客户视角产品思维的“器”

1. ChatGPT辅助：调研、文档生成、头脑风暴
2. 数据分析工具和方法
3. AB 测试
4. 风险控制：边际上限、总额上限、问题追踪

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">5. 标准化开会技巧：调动参与、方向引领、共识达成、信息传达6. 一对一沟通技巧：STAR、6W2H7. 高阶 PPT 展示技巧 |
|--|--|

注：培训中讲师会根据学员的情况进行适当的调整。

【课程特点】

1. 讲师为资深产品专家，在阿里期间有丰富的用户研究背景
2. 曾服务平安保险的产品营销，为招商银行、中信证券做过授课
3. 丰富的最新案例植入，好理解

一、 讲师介绍

卢森煌

- 毕业于北京邮电大学自动化专业。
- 前阿里巴巴产品经理。
- 前啊喔科技 CEO，18 个月完成 3 轮融资，上过 CCTV2。
- 互联网转型服务公司“企增长”CEO，打造了整套社交电商系统，业界最全面的分销代理平台，服务百家企业，包括上市企业、外企、国企。曾服务平安保险的产品营销，

为招商银行、中信证券做过授课

- 豆瓣 7.8 分《产品经理面试攻略》作者，AI 对话第一书《Prompt 魔法书》作者，均机械工业出版社出版，国家图书馆收录。
- 从事产品经理培训 7 年，多套视频课上架三节课、量子教育、起点学院等。逆行求职导师、爱思益导师、圣商商学院讲师、实践家总裁班讲师。