**爆品之源——创新型产品经理训练营**

面授时长：2天

课程费用：6800元/人

课程对象：时常面对创意枯竭的设计师、面对市场需求不知从何开始的研发人、模仿标杆竞品的产品企划人、工作中常常会面临创造性挑战的工程师。

**课程收获**

企业收益：

1、系统掌握产品思维，快速培养—批优秀的产品经理；

2、以客户为中心，打造能带来极佳用户体验的优质产品；

3、进行战略创新、产品创新，解决产品研发难题，构建高效流程。

岗位收益：

3、理清产品经理角色认识与技能要求；

4、统一产品创新语言，澄清产品创新的本质；

5、掌握一套完整的客户需求洞察和产品创新概念设计工具与方法；

6、系统掌握产品经理的专业技能，运用到实际工作中，产出行动解决方案。

**课程特色**

1、本课程对产品经理与产品创新进行深度剖析，帮助学员建立创新思维，学会如何利用创新工具进行产品创新；

2、本课程以浸入式的方式，让学员参与到需求洞察与客户调研的各个关键环节中，通过具体练习使学员了解并真正理解、掌握产品创新的整个流程思路和方法。

**课程大纲**

模块一：统一产品创新语言

一、开场

1.课程目标、日程

2.参与规则：像外行一样思考，像专家一样实践

3.猫鼬产品战略金三角模型

二、统一创新语言

1.创新是什么？创新3C法则

2.创新从哪里来？洞察的本质是寻找认知的落差

3.创新者的窘境-隐性知识

4.创新类型-商业创新地图

三、以客户为中心的产品思维

1.产品创新的本质

2.产品/服务创新的“七宗罪”

3.商业竞争的终极战场

4.产品创新驱动的商业增长引擎

模块二：产品经理角色认识

一、从企业战略到产品战略

1.创新是聚焦还是放飞？

2.战术创新无法弥补产品战略思考的缺失

3.产品力驱动的企业战略落地

4.战略级机会分析：识别行业价值链与驱动要素

5.趋势分析：人群新兴期待、技术进化、社会变迁

二、产品经理是一种认知

1.传统产品经理的困惑

2.创新型产品经理的人格特征

3.产品经理胜任力模型

4.发现式技能与实现式技能

5.端到端的产品创新流程

模块三：需求洞察与客户调研

一、需求洞察

1.需求定义模型：人+场景+期望值

2.B2B&B2C客户需求洞察模型

3.价值观：指导行为、态度和判断的标准

4.场景任务理论：现有场景与未来场景拆解

5.任务地图：寻找品类创新突破

6.判别标准：技术与场景的耦合

二、客户调研

1.业务关键研究问题设计：将业务目标拆解为业务

2.关键研究问题

3.客户调研规划：将业务研究问题转换为客户调研大纲

4.客户调研数据分析：将客户访谈调研数据进行定性分析

5.客户需求识别

6.B2B&B2C客户画像分析：属性、价值观、行为

模块四：概念设计与验证迭代

一、激发创意

1.价值主张：定位-设计-传播

2.定义问题：将需求转化为HMW问题树

3.创意发散：脑写法、随机词法、框外思考法

4.创意收敛：COCD盒子

5.创意打磨：如何降低创意的实施难度

二、概念设计

1.客户洞察：我为什么需要你

2.利益点：对我有什么好处

3.支撑点：我为什么要相信你

4.记忆点：我如何记住你

三、验证迭代

1.为什么需要验证

2.找谁验证

3.如何设计MVP

4.如何通过MVP验证

专家简介

华为签约创新合作讲师、产品创新专家 周老师

实战经验

曾任五菱汽车集团HRD，企业战略规划、企划运营负责人、研发项目管理者，在战略规划、组织变革、

业务流程重组、研发项目管理方面拥有十六年企业管理实践经验；

在设计思维、业务突破式创新、商业创新四步攻略、创新人才培养方面具有丰富的项目实战经验；

长期策划与辅导企业各类创新大赛，设计和主持企业各类主题创新工作坊、产品创新赋能训练营。

项目经历

1.2022现代汽车(中国)研发中心创新大赛

2.泛亚汽车研发中心创新人才赋能

3.上汽东华集团创新赋能业务发展训练营

4.2020广汽研究院创新引导赋能师培养项目

5.“五菱房车+”新生活共创工作坊

主讲课程

《产品思维》、《设计思维》、《商业创新四步攻略》。

服务客户

华为、中国铁塔、广汽研究院、东风日产、五菱汽车、长安跨越、蒙牛、伊利、云南白药、海尔、中油、光大银行、雅居乐......