



全球技术领导力峰会

GLOBAL TECH LEADERSHIP CONFERENCE

2017年6月30日-7月1日 / 上海宝华万豪酒店

技术领导者的产品哲学

— 汪渊 —

互联网 上半场产品

信息

四大门户 / 各类信息 / 百度



沟通社交

BBS / QICQ / MSN / QQ / 微信 / 陌陌 / Facebook / 人人网
Twitter / 微博 / 无秘 / SnapChat



娱乐

网络游戏 / 音乐 / 视频



工具

输入法 / 浏览器 / 天气 / 地图 / 拍照 / ETC



电商

淘宝, 京东, 唯品会;



酒店出行

携程, 滴滴;



生活服务

饿了么, 美团, 大众点评;



医疗 / 金融

好大夫, 平安好医生, 点融网;



互联网 下半场产品

产品就是服务
产品闭环服务

VS

产品+业务=服务
产品不能闭环服务



上半场产品VS 下半场产品

产品主导
围绕产品配置资源

VS

业务主导
围绕业务配置资源



上半场产品VS 下半场产品

不确定性

VS

确定性



上半场产品VS 下半场产品

主要是用户产品 VS 整套操作系统(含用户产品)



D E F I N I T I O N

产品的含义

把商业运作的每个环节抽象建模，
形成的一套满足商业闭环运作的信息化系统。

D E F I N I T I O N

互联网下半场的产品建设要从商业模式出发。



饿了么的商业模式

流量

供给

转化

履约



饿了么的产品结构



C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

产品建设的几个误区

C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

重视面向用户的产品，忽视业务运作系统。



重视产品细节体验，**忽视商业逻辑和业务需要。**



天马行空的发散创新，而不结合业务核心价值。



C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

产品建设的三个阶段

C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

工具应用

- | 定义 **业务流程抽象建模，信息化和线上化**
- | 要求 **功能设计、工程技术、交互体验**
- | 举例 **饿了么APP，商家APP，骑手APP**



策略运营

- | 定义 **通过规则策略落地运营思路，产品化运营贡献市场结果**
- | 要求 **数据思维、市场敏感**
- | 举例 **会员体系，红包补贴策略**



数据智能

- | 定义 **通过算法、AI实现自动化的业务运营。**
- | 要求 **海量数据，人工智能**
- | 举例 **搜索推荐，智能调度**



C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

为什么C端产品更注重产品细节？

C O N S T R U C T I O N O F T H E T H R E E S T A G E S

B端产品

生产工具，赚钱手段

无竞争，必须要用

卖方市场

结构清晰，功能完备

VS

C端产品

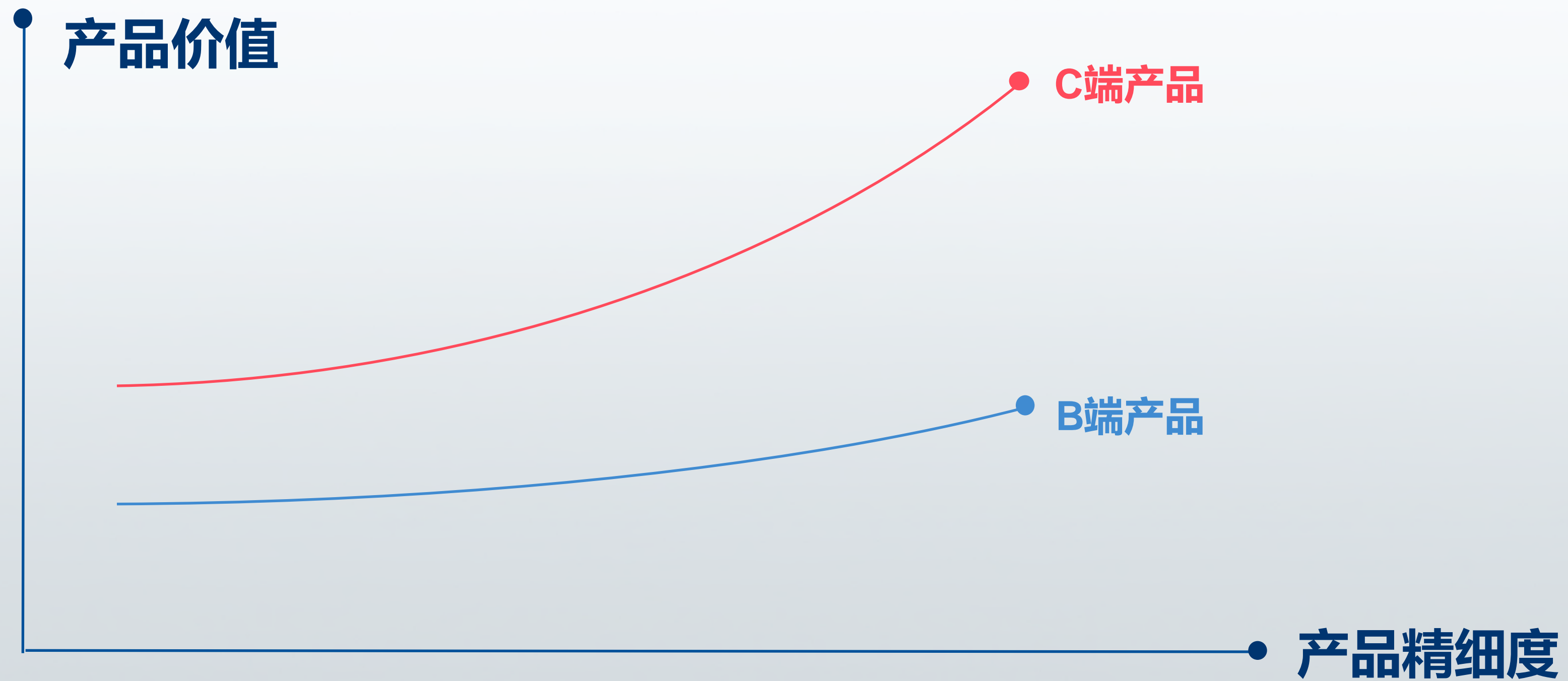
花钱买东西，享受服务

有竞争，货比三家

买方市场

打磨细节，极致体验

产品价值的产品精细度弹性



启发

把用户锁定到某个价值网络里，超级会员，会员等级，积分体系。



产品团队的能力要求

商业理解

对线下实际业务的观察和理解，对已有行业的研究；

协作沟通

业务型产品，长链条沟通，协同多个团队拿到结果；

高效执行

产品服务于业务，高效、高质的执行，是对业务最大的帮助。

Thanks



主办方 **Geekbang** > **EGO** EXTRA GEEKS' ORGANIZATION
极客邦科技 NETWORKS



Geekbang > | EGO NETWORKS
极客邦科技

EGO会员招募季

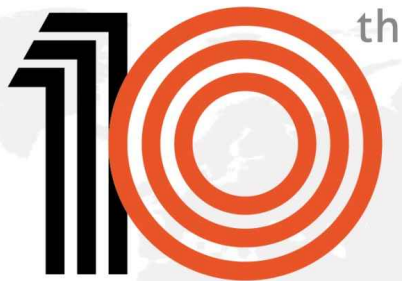
EGO旨在组建全球最具影响力的技术领导者社交网络，联结杰出的技术领导者学习和成长。

2017年6月30-7月10

[点击进入招募专题页面](#)



扫码报名



Geekbang>
极客邦科技

让创新技术推动社会进步

www.geekbang.org