

M 人人都是产品经理
www.woshipm.com

腾讯大学
daxue.qq.com

起点学院
互联网黄埔军校



PRODUCT MANAGER CONFERENCE

解码未来产品经理

中国产品经理大会

张凯

穿衣助手联合创始人，VP
新浪微博微游戏前产品总监

在互联网产品设计、运营、项目管理、敏捷开发、商业模式等方面有比较多的实践与思考。

4年编程经历，6年产品经验。曾是风靡世界的SOCIAL GAME《开心农场》公司早期团队成员；曾在新浪微博微游戏任产品总监，搭建了微博的游戏平台；在《穿衣助手》负责产品和运营工作，对内容电商有长期的跟踪和深入的思考，逐步搭建了穿衣助手内容运营的框架。





全球设计师平台

电商产品经理成长之路

张凯

过去6年做了2款产品



穿衣助手

—— iChuanYi.com ——



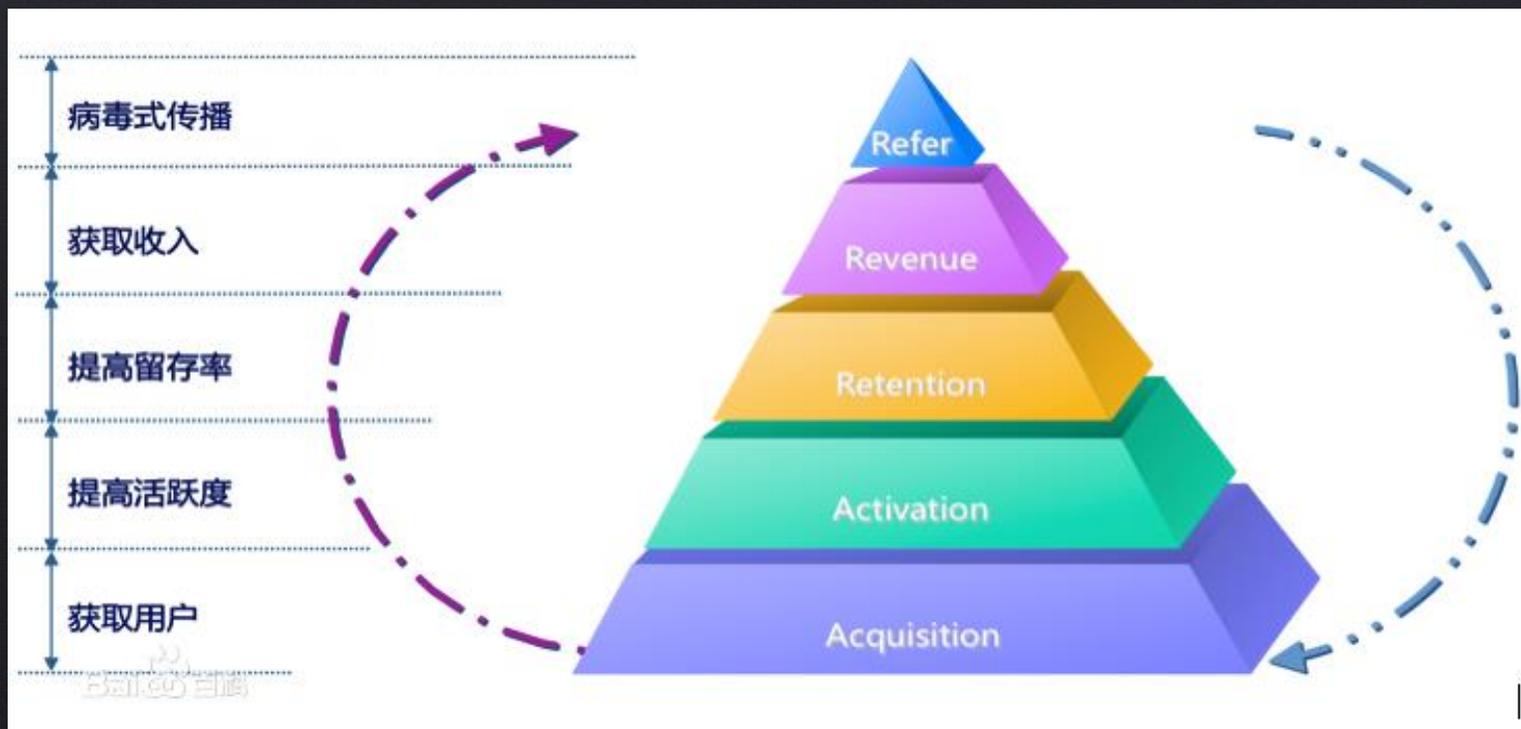
ICY 设计师平台

运营（业务）驱动

平衡好商业诉求和用户诉求

最重要的产品是货品

$$\text{GMV} = \text{流量} * \text{转化率} * \text{客单价}$$



守正：自传播（分享、口碑）

出奇：抓住时代阶段性红利

小程序

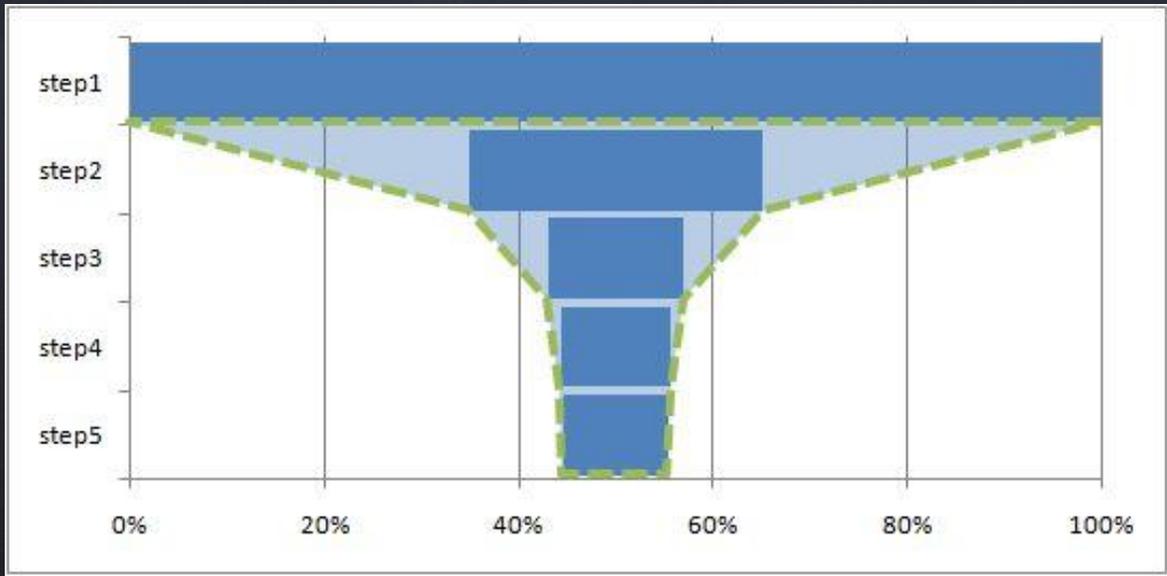


病毒传播

+

有效的信息推送渠道

转化率策略



转化漏斗：步骤能省则省，找到关键突破点

连环扣：算准用户的消费节奏，买完再买

损失厌恶：包邮门槛，满减机制

提高消费频次：建立良好的信息通道

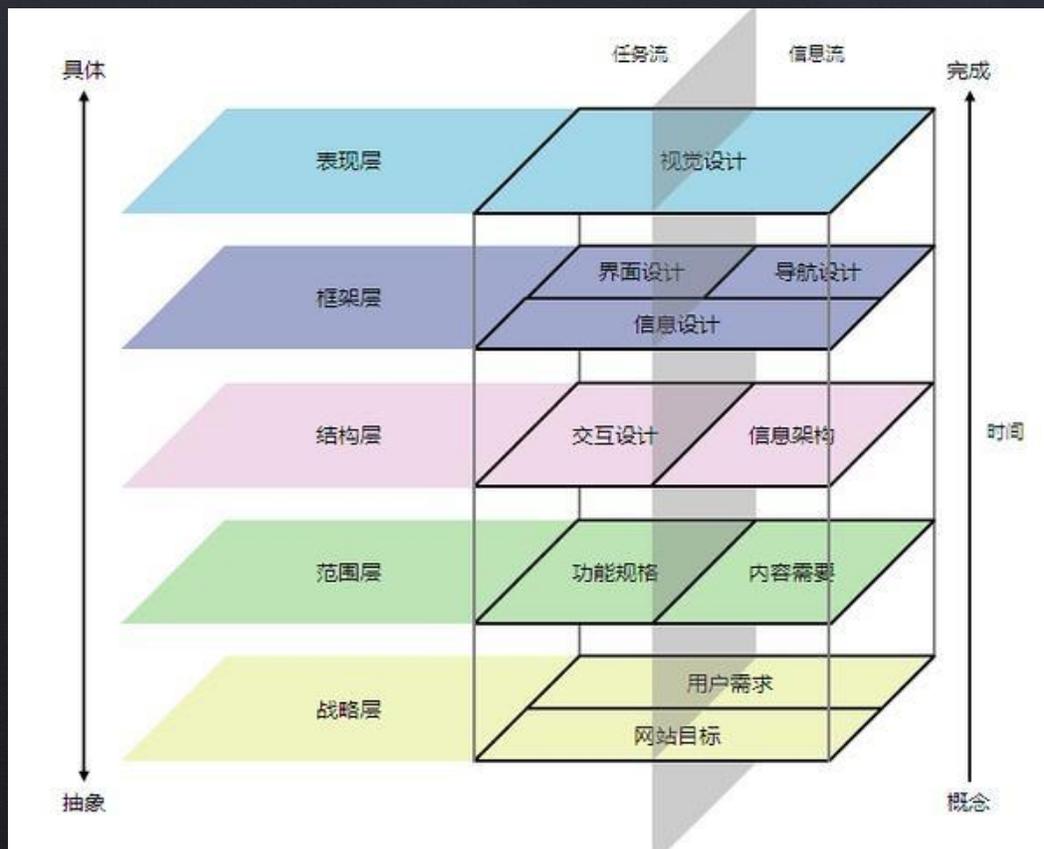
用户的需求

目的

解决用户需求的产品方案

手段

内容和功能解构



内容（信息流）

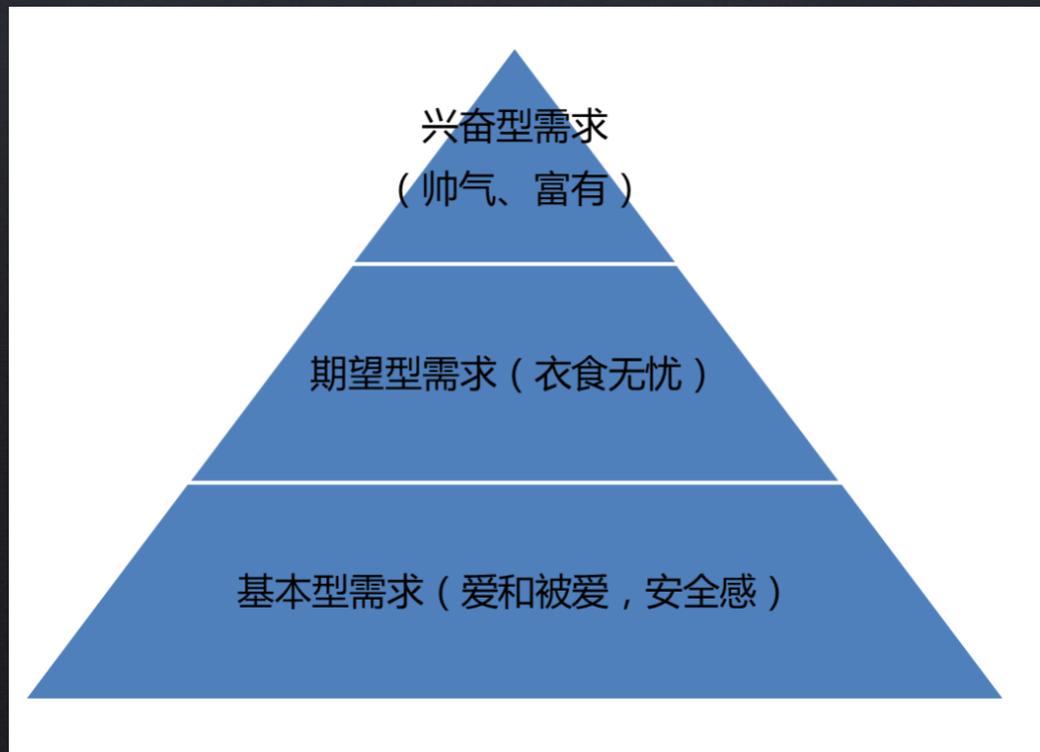
商品、评价（买家秀）、微淘、导购文章....

功能（任务流）

搜索、导航、排行榜、猜你喜欢....

用KANO模型找到优先级

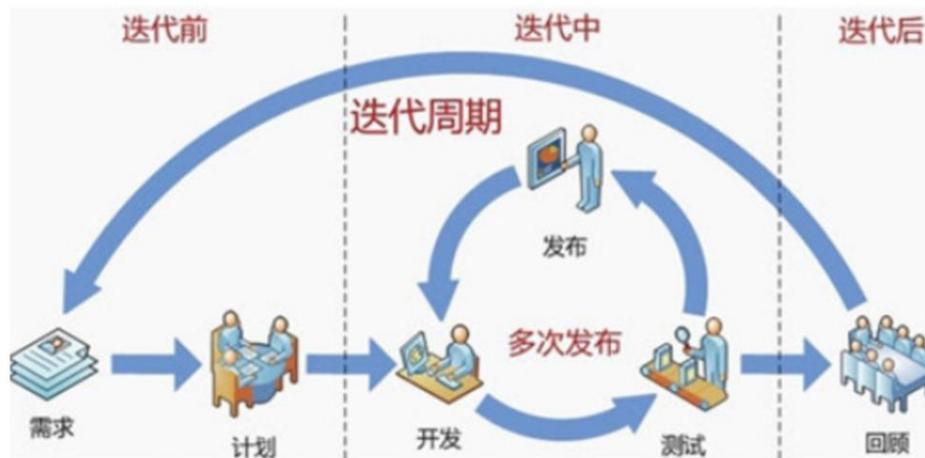
分清楚需求的层级 定出优先级



用户效益图排查每个环节的问题

		用户的体验流程				
		注册	逛	下单	支付成功	收到货
用户需求层次	方便					
	好处					
	安全感					
	优越感					
	炫耀					

MVP与敏捷开发



产品迭代路径不应该



而是应该



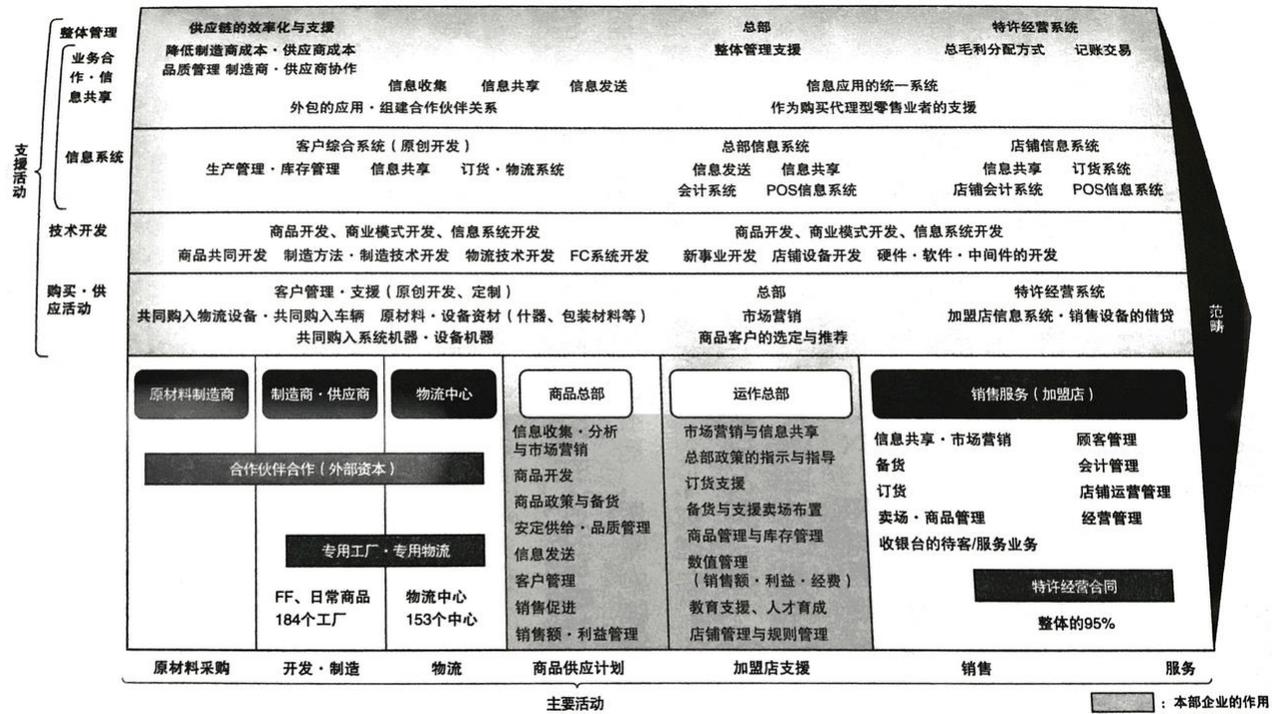


图 2-4 7-ELEVEN 的价值链

了解整个行业价值链条

人人都是产品经理是什么 (www.woshipm.com)

中国最大、最活跃的，以产品经理、互联网运营为核心的学习、交流、分享社群，集媒体、教育、招聘、社群活动为一体，全方位服务产品运营人。

人人都是产品经理旗下有三大业务品牌：



产品经理、互联网运营
媒体平台



产品经理、互联网运营
技能培训平台



产品、运营
求职招聘平台

扫码回复“福利”
领取专属资料包



起点学院 (www.qidianla.com)

互联网**专业技能提升学习**的社群，是人人都是产品经理社区旗下的教育平台。

起点学院拥有业内最强的师资力量，导师全部来自BAT产品一线总监级别以上，全部具有丰富的产品实战经验。

起点学院线下精品课程：**产品经理实战训练营，互联网运营实战训练营，产品总监修炼之道，Axure实战训练营**等。



扫码了解起点学院课程详情