

产品经理的发现和成长

俞军

2018.04.20

用户价值

现实世界：

物质 生命 意识 语言； 复杂变量 永恒变化 多因多果；

创造价值：

劳动 分工 新工具 交易

价值：

货币 时间 身体（食性 视听 味触 体力 舒适 健康 生命 自由。。。）

心理（生存 安全 归属 自尊 自我实现。。。）

效用：

场景 边际 资源禀赋 认知（信息、思维框架）

偏好（基因、社会） 偏见 偏误

用户价值 = (新体验 - 旧体验) - 替换成本

用户价值是个体主观的感知和预期，随内外部条件随时变化

感性价值 理性价值

使用价值（效用） 交换价值（价格）

微观用户样本量 用户模型 移步换景

用户不是人，是一类需求的集合。

人们追求幸福：产品是由用户定义的，可以是任何形式。

产品经理的发现

什么是好的产品经理？ Match

互联网：边际成本 用户体验 快速迭代 数据

定义问题 解决问题

理性 人性 实践

基础素质：逻辑 同理心 产品心 PM基础

附加项：深度思考 批判精神 平台匹配 经验匹配
期望值匹配 观察力 领导力 沟通 动机 性格。。。

核心能力：认知进化能力

一些坑：开创 增长 协作；过早管理 高阶平转 职级权重

产品经理需要懂技术吗？ 机会成本

产品经理的成长

初阶：

快速迭代 + 靠谱小团队

中阶：

成长产品 或 优秀同事

高阶：

从0-1 做深做透 做宽做杂
大用户量 商业闭环 团队建设

核心：

科学实验 用户模型 用户价值 组织建设

决策质量：

逻辑 同理心 经验 异见 数据

小技巧：

阅读经历思考 生活 小思考 输出 社会热点 PPT；

动机 问题； 经济学 心理学；

认识世界 认识他人 认识自己



谢谢

Thanks