



## 张在旺培训公开课：产品经理系列 ——产品竞争分析及策略(v2.1) (2017年9月 上海站)

尊敬的\_\_\_\_\_先生/女士，您好！

张在旺培训公开课：产品经理系列——产品竞争分析及策略(v2.1) (2017年9月 上海站) 将于2017年09月在上海召开。

### 课程信息

#### 课程信息

做产品遵循的不是规则论，不是仅仅“关注用户、把产品做好”就能成功，做产品遵循的是博弈论，被竞争对手干掉的好产品不计其数：诺基亚、摩托罗拉、柯达、网景、易趣.....

要是没有竞争，那我们做产品真是太爽了！

可惜，我们的产品没有12306那么幸运，我们的产品会面临严酷的市场竞争，市场份额被竞争对手蚕食，用户流失，收入减少.....

所以，我们做产品不仅要关注用户，还要关注竞争对手，通过竞争分析来提升产品的竞争力！

竞品分析是每一个产品人员都需要做的一项基本工作，可惜，竞品分析没有想象的那么简单，竞品分析容易陷入各种误区，例如：

仅仅照抄与模仿竞品的功能与设计，陷入低水平的竞争；

缺乏深度或广度，浮于表面；

只是信息的收集罗列，缺少有价值的结论；

空泛的建议与结论，缺乏可操作性；

过于主观，先入为主，带着有色眼镜去收集信息；

由于缺乏方法论的指导，不同的人做竞品分析差异很大.....

这是国内首个系统的竞品分析方法论，通过体系化的流程、工具、模板、丰富的案例、课堂实战，与您一起解决这些问题，帮您做出一份靠谱的竞品分析报告！

#### 培训特色

1. 使竞品分析变得简单、有效、可落地，提升您的产品竞争力！
  - a) 提供竞品分析的流程、范例、模板，使竞品分析变得简单
  - b) 提供竞品分析工具箱，使竞品分析变得有效
  - c) 学员动手实践，现场出成果，并有PK与点评，使竞品分析可落地
2. 国内首个系统的竞品分析课程，十余年产品经验的沉淀，数年的案例库与工具积累
3. 讲师具有丰富的培训经验，致力于学习体验与效果，获企业大学“最佳讲师奖”

#### 目标收益

1. 能够做出一份有价值的竞品分析报告
2. 掌握一套系统的竞品分析方法论、工具、模板，可用于指导他人
3. 能通过竞品分析捕获需求、改进产品、提升您的产品竞争力
4. 对商业模式、产品定位、差异化、竞争策略有更深入的理解

#### 培训对象

1. 产品经理
2. 需要做竞品分析的人员，如：策划、设计、市场、运营、研发.....
3. 希望跨界学习、开拓视野、提升产品技能的产品相关人员

#### 学员基础

启发式学习：大量业界优秀案例、反面案例启发思考；引导学员共同探索出解决方案，而非说教式培训，体验探索的乐趣。

行动式学习：采用Workshop的形式，学员动手参与实战演练；提供工具方法及业界最佳实践，可直接借鉴于实际工作中，并与工作结合。

### 课程时长

2天

### 课程大纲

主题	内容
基础篇	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 竞品分析的概念与内涵</li> <li>2. 三个馒头的故事</li> <li>3. 为什么做竞品分析？</li> <li>4. 何时做竞品分析？</li> <li>5. 竞品分析的流程</li> <li>6. 如何选择正确的竞品？</li> <li>7. 竞品分析的维度——产品视角</li> <li>8. 竞品分析的维度——用户视角</li> <li>9. 如何获取竞品的信息？</li> <li>10. 如何保证竞品信息的准确性？</li> <li>11. 竞品分析工具箱               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) 比较法</li> <li>b) 评分法</li> <li>c) 描述法</li> <li>d) 竞品跟踪矩阵</li> <li>e) 探索需求</li> <li>f) SWOT的常见问题、从SWOT到竞争策略</li> <li>g) 加减乘除、战略画布</li> <li>h) 竞品功能拆解</li> <li>i) 产品创新四象限</li> <li>j) 微创新工具箱</li> <li>k) PEST分析</li> <li>l) 产品定位分析</li> <li>m) 波特五力模型</li> </ol> </li> <li>12. 竞品分析报告撰写要点</li> <li>13. 产品竞争策略的制定流程</li> <li>14. 柔道战略——如何以小胜大？</li> <li>15. 如何有效地“抄”竞品？</li> <li>16. 竞品分析的常见问题</li> <li>17. 业界经典案例剖析</li> </ol>
提高篇	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. 宏观竞争态势分析</li> <li>19. 如何应对竞争对手？</li> <li>20. 如何与竞争对手形成差异化竞争？</li> <li>21. 如何“反”竞品分析？</li> <li>22. 产品生命周期与竞争策略</li> <li>23. 产品的颠覆式创新</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>24. 商业模式要点解读与案例剖析</li> <li>25. 实践工作坊——动手绘制产品的商业模式画布、竞品分析画布，并通过反思、质疑、PK、启发，对产品的商业模式有更深入的认知，可以在更高的角度来分析自己</li> </ol>

实践篇

业使用历史人物的经验，可以担任更高级的职位。同时，对产品提出有价值的建议，并影响您的产品。

26. 从产品案例分享中获得启发、迅速积累您的产品经验。

## 讲师介绍



**张在旺**

**前富士通**

**产品Leader**

十多年的跨领域、多角色的产品经验：涉及的领域有金融、通信、互联网，历任软件工程师、项目管理、产品管理、创业者、产品教练等多种角色。丰富的产品阅历，兼具实战经验与理论体系，曾负责企业知识库产品管理、担任用户体验委员会委员；

互联网电话VoIP产品的开发管理；国内第一批税控收款机产品软件部分的开发；也曾作为Leader与世界500强NTT DoCoMo合作开发VoIP产品线，用户超3000万；与IBM合作，共同承建广州交行呼叫中心；在培训咨询方面有着丰富的经验，获企业

大学“师资培育奖”、“最佳讲师奖”；服务过的客户包括：华为、移动、电信、平安、人寿、东软、创维、美的、EMC等。也曾作为演讲嘉宾出席“全球软件案例研究峰会”、MPD工作坊。

**课程费用**

课程费用：5800元

□

活动家  
成都云数海量智能科技有限公司  
2017年3月6日