



# O2O产品 12345

灯塔讲师：常龙

# 目录

## 电子商务的核心问题

一个概念

两个维度

三种交互

四个要素

五个基本素养



# 电子商务的核心问题

电子商务需要解决的三个核心问题



关键是用户体验



# 一个概念

O2O即Online2Offline，将线下服务与互联网（移动）结合在一起，让互联网（移动）成为线下交易的前台，通过互联网聚合线下（尤其是本地生活服务）的剩余服务，消费者线上筛选并进行支付，而后线下消费。

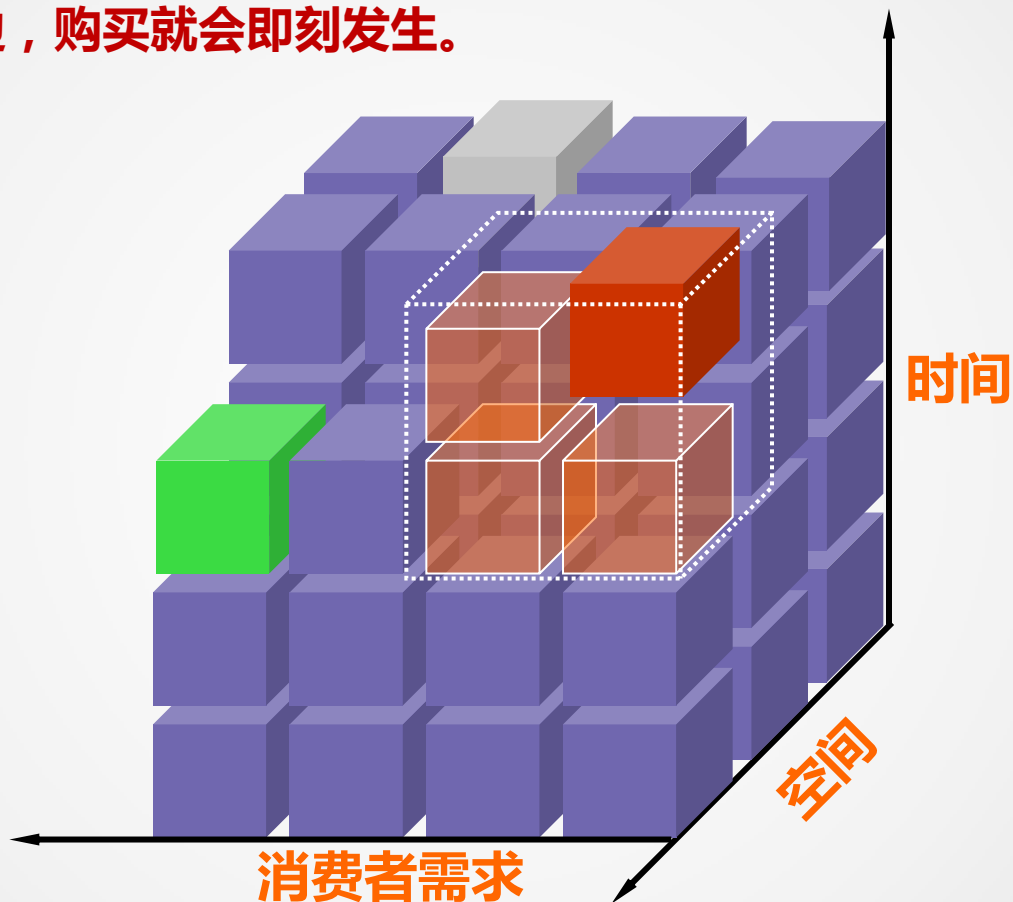


线上与线下之间的信息闭环是O2O的核心



# 两个维度

产品及服务要考虑时间与空间，要抓住消费者有效需求出现的瞬间，同时解决需求的地点就在消费者身边，购买就会即刻发生。



O2O的核心是抓住碎片化的需求从便宜到便宜



# 三种交互

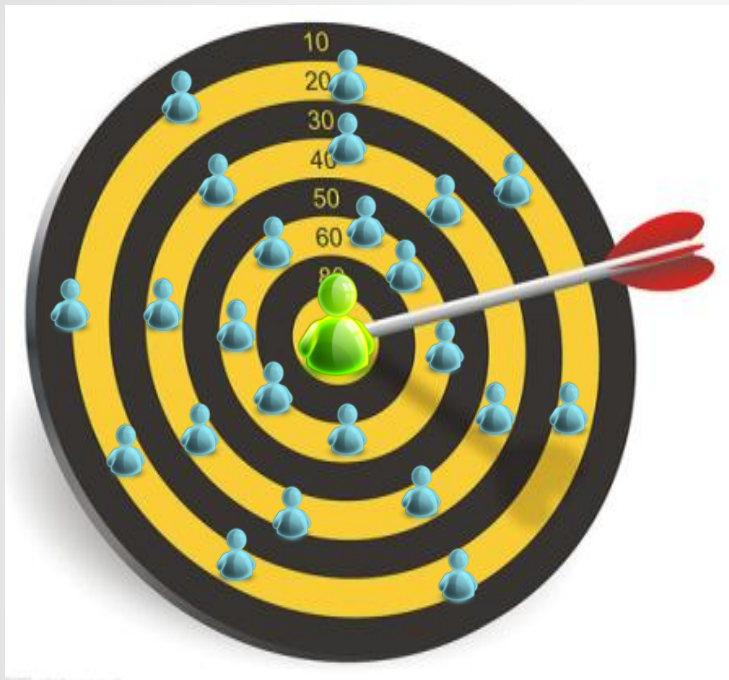
世界信息基础架构应当与社交图谱类似——它是一个自下而上的对等网络，而不是目前这种自上而下的单体结构。此外，让人们自主决定分享哪些内容，是重塑架构的基本原则。



消费者越来越主动，从See到Search到Share，品牌话语权从商家转向消费者，口碑决定用户的最终选择。



# 三种交互



✓消费者数据分析将成为产品及服务的核心竞争力，信息传播的趋势是从大众到分众再到一对一。

✓信息越多人越懒惰，精准的推送比搜索更易接受。



# 产品设计的4个要素

## Customer(顾客)

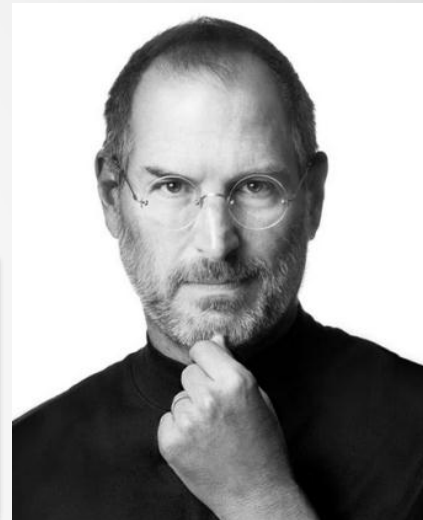
- ✓ 瞄准消费者的需求，满足客户的欲望
- ✓ 用户知道他想要什么！用户不知道他想要什么？

有个富翁打算结婚了，但是他有3个女友，他不知道该选择谁！于是他就想到了一个方法！他分别给了每个女友2000块，希望她们能用这2000块钱去买东西来填满她们的房间。

第一个女友买了很多的棉花，这些棉花占据了她房间的3分之1。

第二个女友买了很多的气球，这些气球占据了她房间的3分之2。

第三个女友买了很多的蜡烛，用这些蜡烛把她的房间全都照亮了。





# 产品设计的4个要素

## Cost(成本)

- ✓ 顾客购买成本不仅包括其货币支出，还包括其为此耗费的时间，体力和精力，以及购买风险



## Convenience(便利)

- ✓ 为顾客提供最大的购买和使用便利，综合考虑售前、售中和售后。



# 产品设计的4个要素

## Communication(沟通)

- ✓ 从群众中来到群众中去
- ✓ 推理逻辑，不如CE用户，感知趋势
- ✓ 会抱怨的用户是好用户



# 产品经理的5个基本素养

## 跨界人才

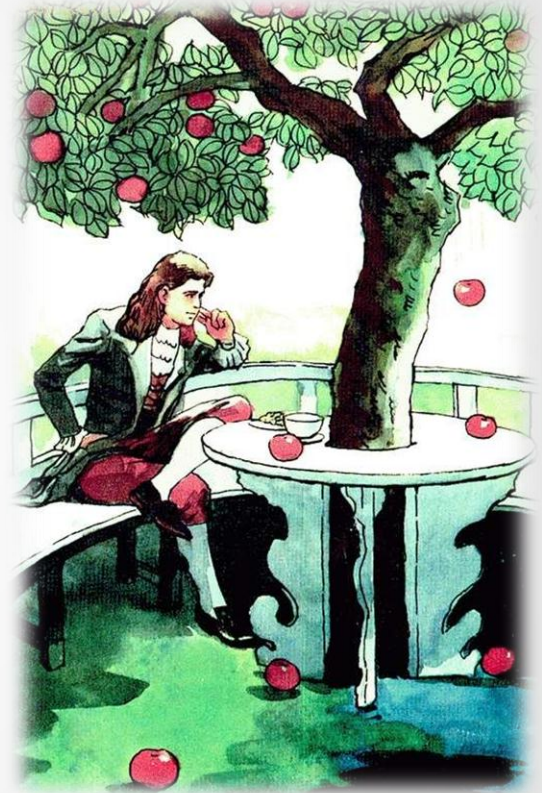
- ✓ 产品经理要兴趣广泛，在专业领域属于宽频低幅
- ✓ 产品经理是怎样炼成的？



# 产品经理的5个基本素养

## 敏而好学

- ✓ 对用户的潜在需求及欲望要敏感，对市场的变化要敏感
- ✓ 日格一物：今日格一物，明日格一物，豁然贯通，终知天理



# 产品经理的5个基本素养

## 执行力

- ✓ 停止空谈，快速行动，关注细节
- ✓ 互联网创业唯快不破
- ✓ 制定阶段性目标：谋其上者，得其中，谋其中者，得其下



# 产品经理的5个基本素养

## 把握大势

- ✓ 赢在细节，输在格局
- ✓ 站在风口上，连猪都能飞起来
- ✓ 颠覆性创新：福特在发明飞机前，人们一定是想要更快的马车
- ✓ 适当领先：领先一步是先进，领先三步是先烈





# 产品经理的5个基本素养

## 沟通再沟通

- ✓ 沟通的漏斗法则
- ✓ 沟通70%是情绪，30%是内容
- ✓ 管理最大的成本是由于沟通不畅导致的内耗





# Thanks

常龙 

@常龙Sealong 

更多内容，请关注 

<http://www.atlighthouse.com>