

如何打造爆款产品

- 用爆品抢占客户心智，引领全局胜利

北京 4 月 18-20 日，上海 7 月 25-27 日，深圳 5 月 16-18 日

演讲语言：中文 Language: Chinese

标准价格 Standard Price: 16800RMB/person, 4 人总价 **40000RMB**, 8 人总价 **56000RMB**

定价含增值税、活动全程参与 (9:00-20:00)、会议资料、午餐、第 1~2 天晚餐、茶歇；

不包含住宿

课程简介 Briefing

目前企业常见的挑战：

- * 产品多，爆品少，同质化严重，缺少差异化，无突出亮点
- * 信息堵点多，神经末梢与产品大脑连接不畅
- * 市场洞察不深邃，价值判断不清晰，资源投入不聚焦
- * 无人真正为产品商业成功负责
- * 力出一孔，利出一孔，缺少紧扣商业成败的价值评价与分配机制

本次 3 天 2 晚实战班，由培训过上万家科技企业、带领过 200+ 企业完成研发创新体系打造的讲师团队设计，现场分享基于多家标杆企业实战方法论而设计的理论体系，叠加讲师顾问实战经验和学员的业务体感，围绕企业实际产品进行方案探讨，形成具体方案，而非单纯学习，旨在解决企业的关键业务问题。

学员需提前备好真实的、正在做或计划做的项目/产品/产品线，利用 3 天 2 晚的时间推演打造爆款全过程，现场获得导师团的亲临指导、以及上下游同学的头脑风暴，形成一套自身企业切实能复制的爆品打造体系（流程、工具、方法论），实现爆品从偶然走向必然。

课程目标 Benefits

- * 通过一起学习，统一团队的思维，统一语言
- * 通过团队共创，找到公司关键问题并达成对企业顶层设计的共识
- * 通过训战结合及专家指导，共同找到解决问题的初步方案（一套公司切实能复制使用的爆品打造体系）

培训对象 Who Should Attend

企业产品组/产品线/产品链的核心骨干组队，包括：决策层、产品经理、营销代表、研发代表、制造代表、采购代表、财务代表、服务代表、质量代表、产品核心骨干

课程大纲 Agenda

Day 1 09:00 - 20:00

第一部分：研发标杆理念导入、市场洞察、531 路标规划（理解价值）

第 1 节：业界最佳研发管理理念导入、形成研发管理框架认识

1. 如何从企业整体经营价值链看研发管理，打造体系型组织，聚焦市场、产品为王？
2. 如何理解 IPD 体系的四大内核思想、核心业务流程、组织体系和决策机制？
3. 企业如何实施 IPD 以规范化产品研发体系，提升产品竞争力？

研讨与实战环节：回顾与复盘公司产品研发管理

第 2 节：重定义研发组织，组建重量级团队 IPMT、PMT、PDT

1. 如何构建面向市场以产品为核心的公司组织架构？
2. 定义产品研发的决策组织架构：集成组合管理团队（IPMT）
3. 产品规划与产品开发的重量级团队分工与运作机制（PMT、PDT）
4. 产品线打仗能力建设：战区司令（产品线总监）、战区参谋（产品经理）、前线指挥官（项目经理）的能力建设
5. 资源线养兵机制建设：部门总监（总导演）、部门经理（教官）的能力建设

研讨与实战环节：重量级产品团队的组建（PMT、PDT 的来源、角色、职责、分工）

第 3 节：市场洞察，承接公司战略，定义 531 解决方案/产品路标规划

1. 市场洞察，明确战略意图，关注创新焦点，形成初步业务设计
2. 解决方案和产品路标 531 规划的核心工具方法

研讨与实战环节：解决方案和产品 531 路标规划

汇报、总结、点评、优化

1. 各组学员汇报、总结当天爆品实战营的核心学习输出
2. 讲师、小组间针对汇报内容进行点评、提出优化建议

Day 2 09:00 - 20:00

第二部分：产品项目 Charter 开发、产品需求和价值分析、研发预算和成本（实现价值）

第 4 节：产品项目 Charter 开发

1. Charter 的含义及主要内容，产品 Charter 开发的主要流程，产品 Charter 的目标和流程，以及成功企业 Charter 的案例分享
2. Charter 开发过程中的核心工具方法，以及注意事项

研讨与实战环节：针对某产品开发项目形成 Charter 任务书

第 5 节：产品需求和价值结构化分析

1. OR 需求管理、产品概念构思、全流程需求管理与变更管理，打造差异化竞争优势
2. 需求全生命周期管理方法，涉及理念、流程、方法、工具、案例研讨

研讨与实战环节：完成某产品开发项目产品包需求、竞争分析和价值定义

第 6 节：研发预算和产品成本设计

1. 落实产品开发是一种投资行为，制定产品全周期研发预算，并进行有效核算与监督
2. 创新基于成本的设计，构筑产品成本竞争力

研讨与实战环节：全面完成某产品开发项目业务计划书（BP）

汇报、总结、点评、优化

1. 各组学员汇报、总结当天爆品实战营的核心学习输出
2. 讲师、小组间针对汇报内容进行点评、提出优化建议

Day 3 09:00 - 17:00

第三部分：产品上市、产品开发团队绩效与奖励机制（交付价值）**第 7 节：产品上市与营销管理**

1. 产品上市前的市场定位与竞争策略分析，产品上市相关流程与执行
2. 产品上市后的过程与监控管理，产品上市的绩效评估

研讨与实战环节：产品上市与营销计划输出（MPP）**第 8 节：产品开发团队绩效与奖励机制**

1. 如何通过绩效管理的方法引导团队为爆款而战
2. 相关产品开发团队绩效与奖励机制实操方法介绍

第 9 节：训战回顾、总结与下一步共识达成

1. 各组学员汇报、总结当天爆品实战营的核心学习输出
2. 讲师、小组间针对汇报内容进行点评、提出优化建议
3. 复盘和回顾 3 天 2 晚爆品实战营的核心流程与工具模版
4. 各组学员完成企业未来一年产品研发管理改进的构想
5. 优胜小组颁发奖杯和证书，优胜小组获奖感言

课程讲师 About the Speaker**Jay 曾, Charles CAO, 董奎 (Don)**

某知名通信公司 IPD 项目早期团队成员及实践者，中国 IPD 实践早期布道者、建设者。为上万家企业提供过培训，几百家公司提供过深度咨询，深耕高科技行业二十多年。

项目经验：

作为宁德时代 IPD 体系推行的主要推手和咨询顾问，从 2012 年到 2018 年，历时 6 年，帮助宁德时代打造了 IPD 研发管理体系，奠定新能源电池行业的龙头地位；

作为华测导航 IPD 体系推行总教练，锻造研发核心骨干队伍，助力华测导航成功上市并成为行业第一等；

作为华大电子 IPD 体系的建构者，是中国芯片企业第一批成功推行和践行 IPD 的企业，全面助力华大九天创新能力提升，在 EDA 领域实现核心突破，解决卡脖子问题。

咨询过的客户还包括：OPPO、TCL 家网事业部、海信集团、华胜天成、佳讯飞鸿、科大讯飞、浪潮科技、柳工、苏州金龙、网易、信利半导体、宇通重工、云南白药、兆易创新、浙大中控.....

报名方式

请打开网站：www.ewisx.com，点击任一活动，于活动介绍页面底部提交报名信息；如有疑问，请联系课程顾问协助报名：ewisx.com。



关注公众号：ewisx



课程顾问：ewisx_com