

规划产品时我们在规划些什么

产品名称	规划产品时我们在规划些什么
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

01 什么是产品规划

首先，我们来定义什么叫“产品规划”，简单来说就是给领导画饼，带着他畅想未来，说服他某个还没涉足的领域/产品非常有前景，我们如果做一个这样这样那样那样的产品出来一定能赚钱，后达到让他下决心投钱投资资源的目的。这就是我理解的“产品规划”（可能不准确，杠就是你对）。

那么从这个产品规划的理解中，我们可以提炼出产品规划的3个要素，一是为什么做（证明我们想做的东西有前景），二是做什么，三是怎么做（证明这个东西我们能做出来）。

1. 为什么做？

如何证明我们想做的东西有前景？大概有几个角度可以入手：

行业整体处于上升期：比如大家一定不陌生的PEST分析，从宏观角度说明某个行业/领域的市场规模正在变大->如果进入这个行业也能分一杯羹->所以我们想涉足的这一行业是有前景的（把蛋糕做大，大家都吃饱饭）

用户有需求且没有产品能满足：这个大家应该也比较熟悉，就是分析用户痛点需求+现有产品调研->得出

现有产品不能满足用户需求->所以如果我们能做出满足痛点需求的产品就是有前景的

国外流行的某种产品国内还没有对标：借chao鉴xi并不可耻，很多的产品也是这么来的，通过分析国外产品的发展趋势+国内现有产品调研->得出国外流行的某种产品国内还没有对标->所以如果我们能做出对标国外的产品就是有前景的

能够巩固自身业务领域：这一点比较容易忽略，从内部需求出发，分析现有产品面临的竞争形势->如果研发某产品可以增强现有产品生态、巩固现有业务领域->那么我们想做的这类产品就是有前景的

2. 做什么？

做什么部分是pm的老本行了，说清做什么分三步：

第一步说清场景、用户、解决什么问题

第二步大致给出产品的功能模块（不用太详细，详细设计等立项了再说）

第三步描绘产品roadmap，roadmap是从畅想未来（画饼）到脚踏实地（做出来）非常好的过渡，既能展示出产品的终形态，又能体现出产品如何一步一步实现，终描绘出一幅“可落地可执行成功产品的蓝图”，所以roadmap是打动老板的关键！

3. 怎么做？

如何证明这个东西我们能做出来？这个部分主要从技术角度来阐述，大概的思路可以是：

先阐述实现某个产品的技术途径->涉及到的技术中哪些已有积累，哪些是技术难点->说明突破技术难点的难度、时间、人力预期。当我们给出比较明确的落地方案，领导自然会觉得这是一个切实可行的产品规划。

02 一些tips

1. 一定要有结论

由于小李对要规划的新业务也处于学习阶段，所以在做产品规划时首先疯狂调研了很多国内外的产品发展情况，在版产品规划成文时惯性思维的写了比较多国内外调研情况，硬生生把产品规划写成了调研报告

告。当然不是说不需要调研，调研是支撑结论的有力依据，但切忌大段大段的陈述性描述，描述过后一定要给出自己的总结和结论，并且做到这个结论能有效支持我们想做的产品。

举个栗子，在列出国内外各类车载智能计算平台的产品细节之后，可以尝试总结下他们的共性（比如架构特点、算力有多高），然后给出结论（比如对我们来说，不具备研发硬件的技术积累，所以后边只需要选型集成即可），这个结论是和后边我们想要做的产品有关联关系的（比如因为通过调研发现我们在某一领域并不具备优势，所以后边规划的产品也需要和这一领域做差异化发展）。

2. 说出你分析的过程

第二版产品规划时，我从一个极端（事无巨细的阐述调研情况）走到了另一个极端（直接给出我们想做的产品设计方案）。

这个错误我之前在面试中就犯过（苦笑），对“如果让你设计XXX产品，你会怎么做”这种问题，年轻的我也是直接给出我的设计，并且觉得自己的设计简直完美，但后来发现其实面试官不是想听你设计了个啥，而是想听你的心路历程（为什么这么设计）。产品规划时也是一样，领导不关心你设计的细节，而是关心你为什么想做这个产品，也就是前面讲的这个产品有什么前景，所以证明产品的前景，在产品规划阶段要比设计产品更更更重要。

3. 让你规划但不是真的让你规划

一开始接到产品规划的工作，天真的小李真的脑洞大开，构思了一些奇妙的产品，后来发现自己真的想多了。规划产品，现实的来讲，是领导已经有了大方向上的一些判断或者倾向，而我们要做的是给他一个理由，让他下定决心投钱投入，所以证明你的产品有前景真的是重要的，我们所能控制的规划更多是在确定大方向下的微调。

4. 把领导当成你报告的用户

产品思维也是老生常谈了，对于万物都可产品的产品经理，这里我们把产品规划报告当作一个产品（有点绕），那领导就是我们的目标用户，他的核心需求是从这份产品规划报告中明确未来要发展的产品是什么、为什么要做以及做出来的可能性有多大，所以这就是我们在产品规划中需要解决的用户痛点。