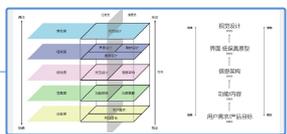


课程基本架构



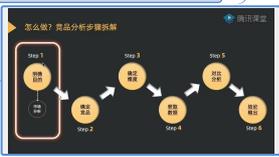
市场与竞品分析

定义
 市场分析：是对市场规模、位置、性质、特点、市场容量及吸引范围等调查资料进行经济分析
 竞品分析：顾名思义是对竞争对手的产品进行的比较分析

产品不同的角色、环节、目的，分析的侧重点都不同，主要分为三个层面的分析：业务层面、产品层面、功能层面

两者关系：了解市场是做竞品分析的前提

竞品分析步骤拆解



市场与竞品分析四要素：
 系统性
 客观性
 决策导向
 信息处理

行业背景

行业背景分析是对行业历史、运转状况、竞争格局、行业政策等宏观要素进行深入的分析，从而发现行业运行的内在规律，进而进一步预测未来行业发展的趋势。

例如：行业如何产生、解决了什么问题、行业发展历史

行业背景分析方法：PEST

定义：PEST分析是指对宏观环境进行的分析，通过政治、经济、社会、技术这4个因素来分析企业所面临的状况

意义：判断客观环境下你要做的事情是不是可行的，是输出结论进行SWOT分析的基础

行业背景分析方法：产业地图

定义：产业地图是产业格局的结构化总览

意义：了解自己处于行业中哪个位置（点线面体）、明确竞争对手

市场分析

市场分析核心要点

典型玩家

研究某行业的主流企业的基本情况和行业地位

市场分布
 运营策略
 活跃用户等等

什么是典型玩家：某行业的主流企业
 专业研究报告
 如何寻找典型玩家：联搜索：如百度搜索共享单车可以找到共享单车平台，如摩拜、OFO等，然后在继续搜索摩拜单车继续深挖.....

市场规模

定义：市场规模即市场容量，一般是根据具体根据人口数量、人们的需求、年龄分布、地区的贫富调查所得的结果

意义：市场规模展示了一个行业天花板，做到100%渗透率时，能有多大的盘子，市场规模大小与竞争性可能直接决定了新产品设计开发的投资规模

信息收集：市场全局规模和趋势，分类市场规模

数据计算：复合增长率：一项投资在特定时期内的年度增长率

为什么用复合增长率：它的目的是描述一个投资回报率转变成一个较稳定的投资回报所得到的预想值

计算方法：总增长率百分比的n方根，n相等与有关时期内的年数
 $CAGR = (\text{现有价值} / \text{基础价值})^{1/n} - 1$

行业用户

什么是用户画像：通过用户调研去了解用户，根据他们的目标、行为和观点，将他们区分为不同的类型，然后每种类型中抽取典型特征，赋予名字、照片、一些人口统计学要素场景等描述，就形成了一个人物原型(personas)

为什么要建立用户画像：用户画像是为了让团队成员在产品设计的能够抛开个人喜好，将焦点关注在目标用户的动机和行为上设计产品

因为产品经理为具体的人物做产品设计要远远优于为脑中虚构的东西做设计也来的更容易

趋势分析

1. 独立思考，自己分析
 2. 跟随大佬脚步
 3. 学习大佬的思维模型

以PEST分析为基础，看宏观环境变化趋势
 以数据为基础推导

分析结论

SWOT分析实际上是将企业内外部条件各方面内容进行综合和概括，进而分析组织的优劣势、面临机会和威胁的一种方法。

- S (Strengths) 优势
- W (Weaknesses) 劣势
- O (Opportunities) 机会
- T (Threats) 威胁



延伸内容

分析成功企业的第一性原理，基础模型
 苹果公司--简洁、产品至上
 案例 特斯拉创始人--物理学的拆拆拆
 学而思--将教学思维进行复制化、模板化