

# 产品经理深入浅出第10课-市场需求文档（MRD）写作方法技巧（下）



主讲：产品人刘文智

专注互联网产品经理人才的培养

- **产品100** ( chanpin100.com , 全方位的产品经理学习交流平台 )
  - **只提供产品经理深入浅出课程中必须的东西**
    - 如：课件，学习资料资源，免费答疑等.
    - 不做所谓的产品经理综合社区，不考虑PV，UV等东西
    - 只关心帮助产品经理们更快的入门,学习,提高,并专注于此.
    - 另外：请不要做伸手党，伸手党的人从本质来说是没有爱心自私且功利的一群人
  - **板块介绍：**
    - 课堂-教学视频发布与课程资料下载，每期视频资料都会在这里统一提供下载
    - **必答-所有提出的问题，尽量做到当日必答**
    - 下载-课程涉及到的相关资料与其它产品经理资料
    - 交流：看点-分享推荐值得成长中的产品经理阅读的文章，交流-不解释了
    - 板报：发布Chanpin100.com信息，与意见建议的地方
  - Chanpin100.com需要热心版主，有志愿者，报名地址：
    - <http://www.chanpin100.com/read.php?tid=105&fid=7>
  - 欢迎合作，有资源换资源，以心换心，请不要发垃圾广告，无论群里面还是社区，必踢。

## • 9.4.5 产品说明

### – 9.4.5.1 产品定位

- 产品有越做越复杂的可能，但在一定时间内，定位决定了产品的一切
- 产品定位与市场定位是有区别的,但经常容易混淆:
  - 市场定位:我们对用户或者用户市场的选择,例如:手机发烧友,白领,或者移动通讯设备市场
  - 产品定位:我们用什么样的产品满足用户或用户市场,例如:
    - » 陌陌，一款基于地理位置的移动社交工具
    - » Chanpin100.com，为产品经理们提供学习交流的平台，并专注于此
    - » QQ空间，一个异步信息分享和交流的平台，是QQ这种同步通讯工具的补充。
  - 用户定位的描述：
    - » 针对什么目标群体，做什么事情，用最本质的，无修饰的语言表述:

### • 9.4.5.2 产品核心目标（产品本身要达到什么一个目标）

- 互联网产品的核心目标,往往表现为要解决目标市场（目标用户）一个什么问题
  - 这个问题分析的越透彻,产品的核心目标也就越准确
  - 确立好核心目标,不会使我们产品推进的过程中迷失.
  - 例如：
    - 360安全卫士:解决用户使用电脑的安全问题
    - 微信:在最早的阶段,微信的核心目标是工具类的,为用户提供流畅语音沟通的移动应用
  - **通常来说，解决核心目标的工作优先级是最高的**
  - **产品任务，很多应该是围绕核心目标来开展**
  - **这里就要隐身出来一个问题，即产品经理对于用户需求与产品核心目标关系的拿捏**

- **9.4.5.3 产品结构（注意，不是功能结构，是产品的整体结构）**
  - 产品的市场定位，产品定位，核心目标的直接表现

**如何表述一个O2O在线商城的产品结构？**

# 如何表述一个O2O在线商城的产品结构？



## • 9.4.5.3 产品结构与功能结构的区别

### – 把整个产品看成是一桌菜

- 产品结构讲的为了让客人吃的舒服同时又要完成我们的核心目标，我们需要哪些菜品，而这些菜品与菜类需要我们事先规划出来：

- 凉菜：凉拌则耳根，夫妻肺片等
- 热菜：佛跳墙，麻辣鸡丝等
- 主菜：宫保鸡丁 蒜蓉虾 烤扇贝
- 甜点：地动山摇，巧克力布丁
- 饮料：酸奶，玉米汁

- **功能结构：我们如何实现上述的各种菜品？**

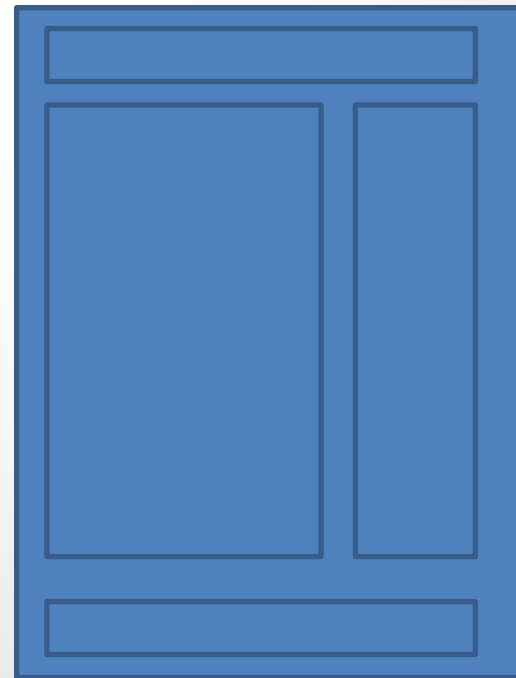
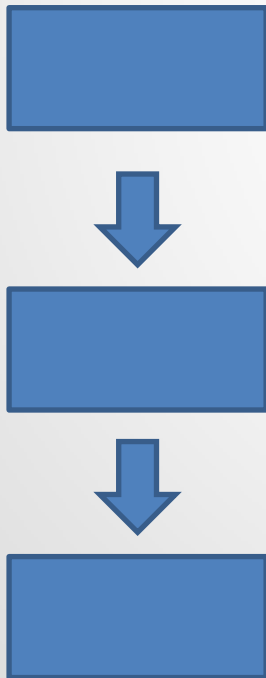
- 加热：热菜
- 爆炒：主菜，热菜
- 材料：则耳根，肺片
- 人员：厨师，墩子



## • 9.4.5.3 产品结构说明的注意事项：

- 这里不是扣细节的时候，主要产品结构表述到位即可
  - 因为你之后肯定会非常苦逼的做非常细的产品说明与线框、流程等
- 一些无法归类的，放到其它里面
- **如果能配合 流程图 与 简单的主要页面线框图就更好了，更清楚，更明了**

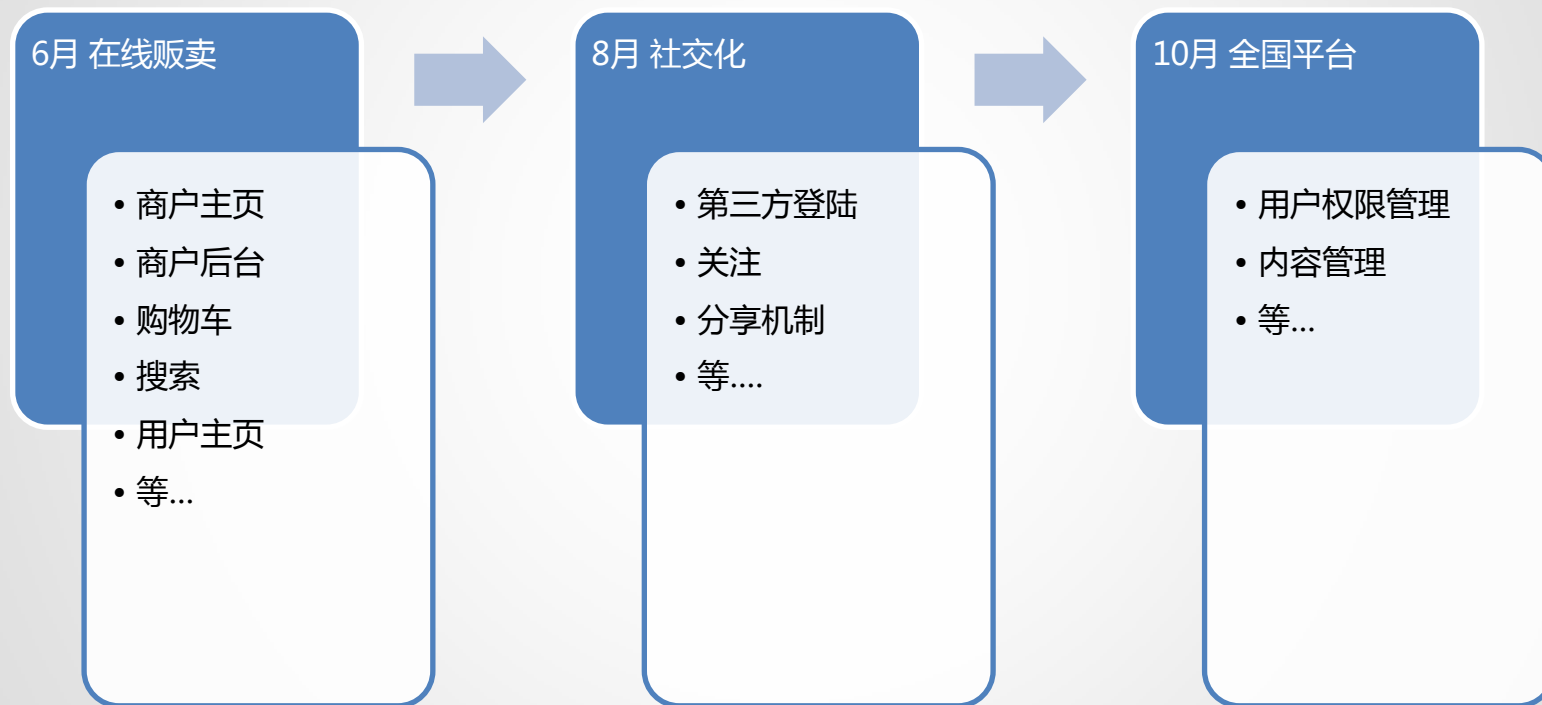
流程图，用例  
软件推荐  
Visio  
Axure



建议线框图绘制软件  
推荐：  
Axure  
Balsamiq-mockups

## • 9.4.5.4 产品路线图

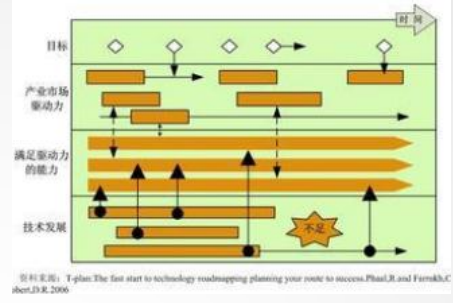
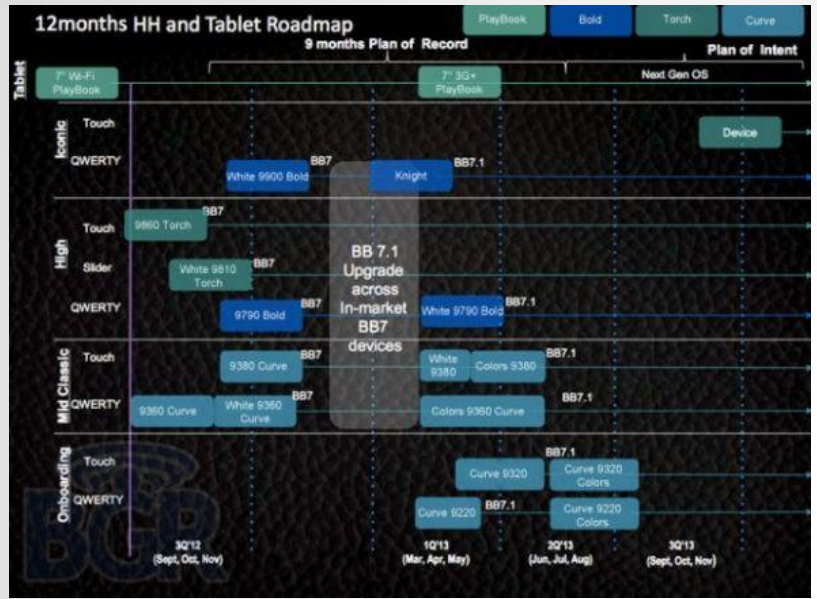
- 产品路线图是产品成长中的每个任务节点组合而成，是以任务为导向的时间节点图
- 例如：



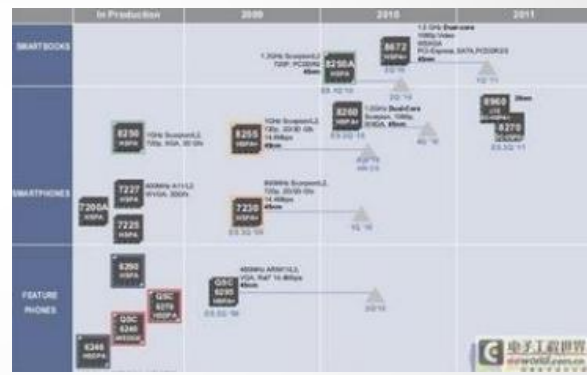
- 应注意一下，抽取来的任务，一定是和产品定位，核心目标等想符合的，是达到这些目标的任务分解。

# 9.4 互联网产品MRD包含内容

## – 形形色色的产品路线图



资料来源: Tipler. The fast start to technology roadmapping: planning your route to success. Phad.R and Farnkhil.C. shortLIXR. 2009



### • 无论何种表达方式，最能表达清楚你的意思就是好方式：

- 时间
- 任务
  - 子任务
- 辅助说明与图标等

- **9.4.5.2 产品功能性需求**

- 产品功能性需求

- 在线留言板举例：

- 注册与登陆（直接注册，第三方注册，直接登陆，第三方登陆）
- 交流（留言，回复，图片上传，文字发布）
- 管理（查看，删除，修改）

### • 9.4.5.3 产品非功能性需求

- 有效性需求
- 性能需求
- 扩展性需求
- 安全性需求
- 健壮性需求
- 兼容性需求
- 可用性需求
- 运营需求
- 用户体验需求

### • 优秀MRD的特点

- 逻辑性强：有论点，有论据，有论证
- 把抽象的东西形象化的讲出来
- 数据可靠，分析有理
- 有把握的主观，无把握的客观
- 惜字如金，能把问题表述清楚，绝不多写一个字
- 合理的产品进度分配更有利于研发人员工作（人有九等，不是所有人的人都是打了鸡血的产品经理）
- 重视非功能需求
- 如果方案中出现很多专业名词，记得在文章的开头呈现给读者一个名字解释表

## 9.6 关于MRD文档写作的个人看法

- **MRD文档不是套模板，而是要把事情和想法表达清楚**
- **即便是设计很多分析，也应该简单明了，言简意赅，因为很多人要看，还是不同类型的人**
- **撰写MRD再次说明，产品经理不是技术类岗位**
- **MRD文档的背后，其实有诸多的分析与论证，MRD一般来说撰写时间比较长，视项目而定**
- **最后强调一下：**
  - 听课听的再好，不如自己提笔写，产品经理的很多文档，不是理解了就能写出来的，必须经过实战才能提高