

## 突破产品项目困境

社会总体产能过剩，市场竞争激烈，如何通过系统管理提高公司产品的差异化竞争力以赢得客户？满足客户日益增长的定制化要求？（保证质量稳定与快速交付）如何能在内部形成全员面向客户需求的产品开发项目体系？丰田、博世公司的内部系统创新的方法是什么？如何在实践中快速学习与提升，实现与国际一流企业同平台（管理）开发？产品是管理者的第一工程。

根据对目前企业产品项目管理分析，总结出目前公司产品开发过程中存在的八大痛点：

- 1.需求不清：**前期对客户需求未把握，通过上市效果检验风险高！
- 2.流程不楚：**有流程但未严格执行，项目开发随意，产品偏差大！
- 3.分工不明：**项目分工不明确，推动难，存在灰色地带无人负责！
- 4.标准不准：**满足产品标准但未满足客户要求，客户标准不明确！
- 5.加班救火：**天天加班忙救火，低级问题重复发生，没时间预防！
- 6.沟通不畅：**市场、设计、工艺、质量间对接不畅，内部浪费大！
- 7.重复设计：**产品设计变更频繁，如何能够一次性把事情做正确！
- 8.成果无果：**项目做完不留痕迹，追溯难！企业无形资产损失大！

运用产品开发的系统架构与方法，通过产品+管理创新实践增强企业“造血”能力，是企业持续发展的第一要务！

**课程对象：**企业中高层、产品经理、市场经理、项目经理、项目管理团队（市场、研发、质量、工艺、运营等）、项目职能经理等

### 课程大纲

#### 第一讲：需求工程的理念与方法论

1. 需求的冰山模型(消费品—汽车产品案例)
2. 需求的卡诺模型（消费品—手机案例）
3. 需求转技术的质量功能展开技术(消费品—厨房电器案例)

#### 第二讲：以市场客户需求为导向的产品研发立项

1. 客户定位：谁是我们的目标客户？
2. 客户需求分析（痛点、痒点、兴奋点）
3. 项目目标的确定
4. 需求转项目范围（WBS）【项目管理的颗粒度】

5. 需求转技术的分析方法【纵横矩阵法】

#### 第三讲：产品需求澄清的活动--实用的竞品分析【案例为主 因地制宜】可剪裁

1. 实战案例导入（场景化）
2. 竞品分析的目的
3. 竞品分析的方法和维度
4. 竞品分析常见误区

#### 第四讲：需求管理与沟通---需求传递的流程化设计方法

- 1.宏观流程图 SIPOC 的应用（理顺项目握手

关系)

2. 泳道式 (跨职能) 流程图的快速制作方法

【案例】

3. 团队组建与分工: RASIC 矩阵法 (一个好汉三个帮)

4. 产品经理在项目中的支持作用? (握手关系分析)

5. 职能经理与项目经理的资源冲突与协调 (场景化案例分析)

## 第五讲: 相关方沟通管理

1. 沟通在管理中的重要性 (沟通模型)

2. 项目沟通管理的核心概念 (相关方沟通占据项目 80%的重要度)

3. 项目沟通管理的维度和类型 (对象-方式-频率的沟通清单)

4. 项目沟通管理的发展趋势和新兴实践 (同步)

5. 规划沟通管理

6. 管理沟通 (一页纸沟通计划清单)

7. 监督沟通

### 讲师介绍 邹亮老师 项目管理实战专家

流程优化实战专家 (方法+实战); 10 年研发项目管理经验; 超 100 项实战案例

中质协六西格玛黑带; DFSS 核心技术-QFD 咨询专家 (国内领先)

美国项目管理协会 (PMI) 认证讲师; 敏捷 ACP 认证/新产品开发管理 NPDP 认证

国家培训师认证|国家咨询师认证|国家二级心理咨询师|国家二级人力资源管理师

邹老师拥有 10 年 500 强企业的工作实践 (TOSHIBA/BOSCH/HIKVISION) 及 7 年近 20 家企业深度项目管理咨询实战案例, 近 100 家企业的现场诊断积累, 企业内训培养 20000 人的反馈与优化, 专注于先进工具方法在项目管理中的实战式培训与应用。

**部分服务客户:** 比亚迪 (深圳总部)、江铃福特、阿维塔汽车、吉利汽车、东风汽车、潍柴动力 (潍坊)、福田汽车、陕西汽车集团、海康威视、思特威科技(芯片)、通用微 (芯片)、矽睿科技、安费诺电子 (美)、中铁装备-盾构公司、江南造船 (集团) 、核动力研究院、中国铁塔、杭叉集团、山河智能、科曼萨(起重机)、礼来-Lilly, 扬子江药业、国药集团、阿里巴巴 (中国)、中航工业集团、上海商用飞机设计研究院、东方航空、上海机场等。

---

**日期** 2024年 5月16-17日, 9月24-25日

**价格** RMB 5400 (包括会务, 资料和午餐)

**语言** 中文