

EDUPM-PMAS-EMP1 课程说明

- 沙盘课 -

1、PMST 是什么？

PMST: Product Management Sandbox Training, 产品管理沙盘训练。

PMST 是由 UCPM 中国产品经理联盟推出的针对产品管理者的产品管理实战模拟训练服务。

2、为什么要推出 PMST？

因为沙盘具有“模拟真实场景”的特点，因此，CPRC 推出 PMST，希望能够帮助企业实现三个主要的目的。

1) 复盘现有产品

应用场景

当您的一款产品在市场上出现问题的时候，您急切的想知道哪里出了问题并找出合理的解决方案，按照以往通常的思路，您会询问该产品的产品经理，但是这个过程只是一种询问，而不是一种复盘，复盘要求产品经理必须尽量的复现他针对这个产品的所想，所做的全部过程。

因此，无论您是希望发现现有产品为什么在市场上表现不好的原因，还是希望总结产品在市场上表现良好的经验，PMST 都能帮你实现这个目的。

2) 剖析竞争产品

应用场景

你的竞争对手推出了一款新的产品，你非常希望深度分析一下这个竞品的方方面面，按

照传统的形式，您可能会组织会议来进行讨论，但是这种讨论很多时候依然是站在自己的角度，而不是竞品的角度来思考，因此，这种讨论最后的结果往往是自己如何面对竞争，而不是评估出竞品的战略。

因此，PMST 就可以协助您完成这个目的，在 PMST 的执行过程中，可以通过竞技沙盘的形式，尽可能的评估出多个竞品的产品战略。

3) 自有产品创新

应用场景

作为企业的高管或产品总监、CPO，您是希望看到基于每个产品规划而形成合理的产品组合管理，但是现实中，产品经理通常缺乏交流，每个产品经理都只想自己负责的产品，但事实上，产品之间是有很多的融合点，甚至是爆发点的，这就需要通过一种途径来集思广益，不但要形成一个新产品的想法，而且还要形成初步的产品发展规划构想。

那么，在 PMST 中，通过一个现实命题，可以看到不同的产品经理对这个命题的思考，从而能够优选出最适合企业情况的新产品想法出来。

简而言之，PMST 就是通过一个真实的企业，一个真实的产品，模拟基于 RPM 的产品管理流程和体系，实现一个产品“从构想到上市”的全部工作环节。

参加者通过这些模拟工作，使自身能够熟悉三大活动（战略活动；规划活动；战术活动）中相关的阶段和具体的工作，了解真正意义上的产品管理流程，熟悉一个产品的诞生过程，从而为在实际的产品管理工作中培养良好的意识和习惯以及思路打下坚实的基础。

3、PMST 有什么现实意义？

对于企业来说，沙盘模拟作为一种**体验式**的教学方式，是继传统教学及案例教学之后的一种教学创新。

主要有三个现实的意义：

1) 案例的高度适配和一致性

通常的教学形式，案例都很难完全适配教学内容，但是在 PMST 中，因为企业是要做外 PMST 的设计者参与进来的，因此，案例完全是按照企业的情况设计出来的，同时呢，也不会存在案例分散的情况，整个过程就会按照一个案例作为线索。

2) 发现每个产品经理的不足和潜在的能力

因为在 PMST 中，是真实案例和规范产品管理过程的结合，因此，在 PMST 的执行过程中，我们会发现每个产品经理擅长和欠缺的知识、技能、方法等直接影响现实工作开展的关键点。

同时呢，PMST 还会根据在沙盘执行过程中产品经理显现出来的不足，做有针对性的教育提升。

3) 全员参与，完全真实化产品管理过程

在 PMST 的执行过程中，完全是按照企业常见的产品管理流程来开展，在这个过程中，有团队的探讨，有关键文档的撰写，有关键成果的评审，有高层在业务层面上的决策，也有产品经理个人对成果的路演。

总之，在 PMST 的执行过程中，同样能显现出产品经理很多软性的能力真实情况，比方说演讲能力，团队协作/领导能力，抗压能力、是否有大局意识等等。

总而言之，沙盘模拟教学融理论与实践于一体、集角色扮演与岗位体验于一身，可以使学员在参与、体验中完成从知识到技能的转化。

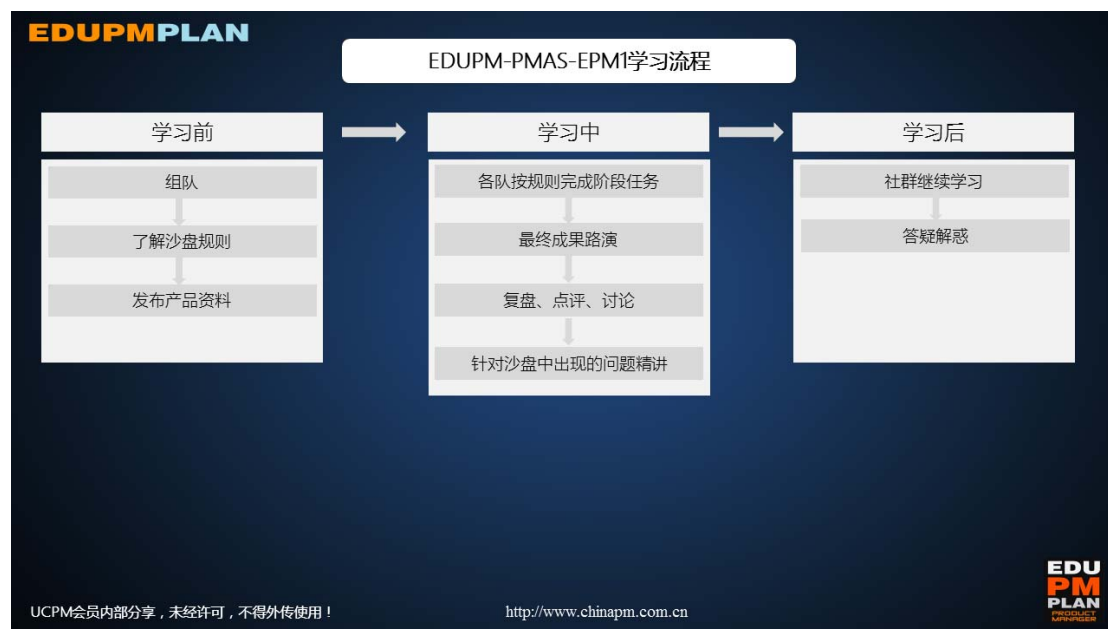
4、PMST 沙盘的分类

目前，PMST 沙盘分为两个类型：**流程沙盘**和**竞技沙盘**。

	流程沙盘	竞技沙盘
说明	设定一个现实的企业产品,按照 RPM 的三大活动、十一个阶段和三十四项工作的流程和要求,让参与者通过自己的经验和运用相关的工具完成一个产品从无到有的过程。	设定一个企业目标,由参与者组成不同的战队,在设定的时间内完成目标,并由评审组确定最终的胜出方,并由专家组进行点评和后续的培训提升。
特点	1、清晰的产品管理流程实践 2、强化参与者的流程规范和工具使用 3、过程导向的产品管理模拟	1、更加真实的实战模拟 2、更富竞争的个人和团队发挥 3、目标导向的产品管理模拟
适用企业	侧重于关注产品管理流程和规范,希望强化产品管理者规范工作意识的企业	侧重于关注产品管理者个人素养和希望挖掘个人潜能,以及希望发现潜在在产品管理者后备力量的企业
周期	2-3 天 (根据企业选定沙盘知识点而定)	3-5 天 (根据沙盘所构成的战队数量和每队人数而定)

5、RPM 竞技沙盘介绍

5.1 沙盘操作流程



竞技沙盘分为三个主要的阶段：

阶段一：操作前

在这个阶段，需要实施企业和 CPMC 共同来完成以下三件准备工作：

- 1) 确定竞技沙盘的目的，并设计和确定对应的产品案例；
- 2) 完成沙盘战队的组建，并提前向参加者说明产品案例的相关背景以及沙盘的规则；
- 3) 沙盘过程中所涉及到的评审组、专家组组建完成，并明确各自的职责。

阶段二：操作中

在这个阶段，需要实施企业和 CPMC 共同完成以下四件工作：

- 1) 各参赛队伍按规则完成确定好的阶段任务，并由评审组和专家组进行阶段评审；
- 2) 最终任务完成，整体路演，并由评审组和专家组进行最终评审；
- 3) 评审组从企业现实要求层面进行评审，专家组从专业能力层面进行评审；

4) 针对沙盘中暴露出来的问题，进行有针对性的内容讲解。

阶段三：操作后


在线下竞技沙盘结束后，CPRC 还会提供持续的学习过程，主要有两种形式：

- 1) 社区学习：包括网站、公众号、微信群（可成立专享微信群）
- 2) 碎片化学习：图书、微信课，视频课。

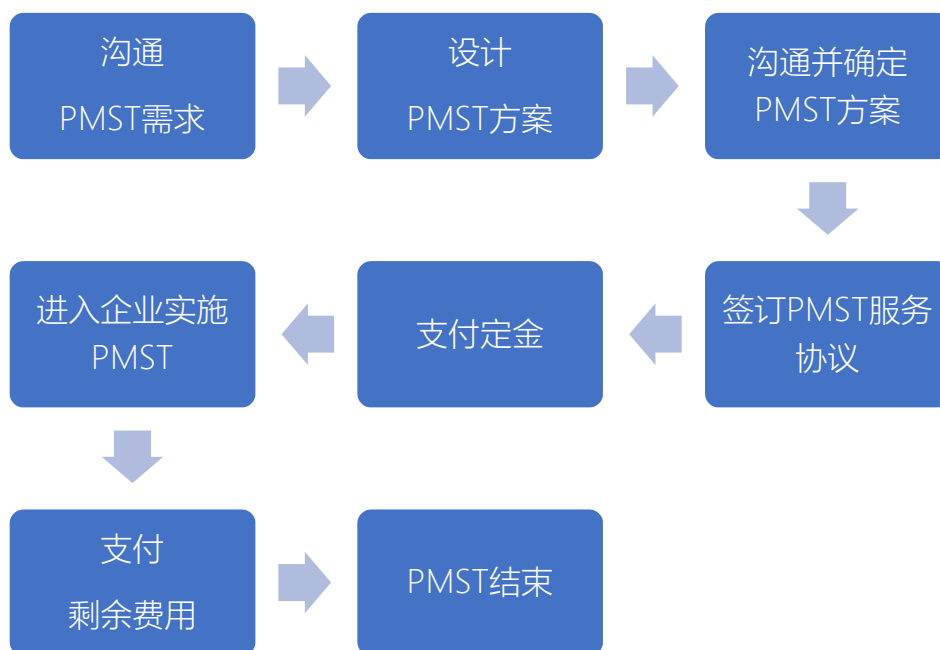
总之，CPRC 希望产品经理的整个学习过程在时间上是具有持续性的，在内容上是具有针对性的，在形式上是具有多样性的，在受众上是具有梯度性的。

5.2 沙盘学习内容

以下为 CPRC 曾经为某企业做的竞技沙盘学习内容，仅供参考，企业可以根据自己的实际情况，和 CPRC 一起来制定自己需要的沙盘学习内容。

EDUPMPLAN				
EDUPM-PMAS-EPM1学习内容				
任务1：市场调查	任务2：需求分析	任务3：目标市场	任务4：竞争分析	任务5：产品场景
考察如何科学的获得市场真实情况 1课时	考察如何采用规范的方法获得真实的需求 2课时	考场如何科学的确定目标市场 2课时	考察如何对竞争格局进行合理的分析，并制定竞争战略 2课时	考察如何设定应用场景以及用户原型 2课时
任务6：商业画布	任务7：营销策略	任务8：产品定义	任务9：产品发布	任务10：随机任务
考察如何从定价、推广、渠道等方面设计商业模式 2课时	考察如何设计有效支持营销组织开展工作的策略 1课时	考察如何确定产品的概念以及规格标准 1课时	考察如何制定合理的发布计划 1课时	考察产品经理在面对随机任务时的处理能力
针对以上任务内容精讲：7课时				
UCPM会员内部分享，未经许可，不得外传使用！				
http://www.chinapm.com.cn				
				

6、沙盘的服务流程



7、课时说明

沙盘课一共有 21 个课时，每课时为 50 分钟，分为操作课和精讲课，具体课时安排如下：

操作课

课程内容	课程说明	课时安排
市场调查	考察如何科学，规范的获得市场真实情况	1
需求分析	考察如何用规范的方法从市场问题导出为需求，并实现优先级的排序	2
目标市场	考察如何科学的确定目标市场以及相关信息	2
竞争分析	考察如何对竞争格局进行分析，并形成竞争策略	2
产品场景	考察如何设定完整的用户场景，包括三类场景、塑造用户	2

	角色、相关角色、流程等	
营销策略	考察如何有效的制定实现产品价值交换的整体策略	1
产品定义	考察如何确定产品概念以及规格标准	2
商业画布	考察如何从商业化的角度完成产品的整体构想	2
产品发布	考察如何制定完整的发布计划和过程	2
合计	16 课时	

精讲课

课程内容	课程说明	课时安排
产品管理系统	1、产品管理都涉及哪些分析系统 2、产品管理的系统分析技术都包括什么 3、产品管理分析技术的基本原则和构建思路是什么	0.5
市场调研模型	1、信息和数据都是什么 2、如何有效获取信息并形成数据 3、如何对信息和数据进行处理 4、我们会应用到哪些市调技术 5、如何来设计合适的市调技术模型	0.5
需求分析模型	1、问题和需求之间是什么关系 2、问题筛选模型如何做 3、需求管理模型如何做	1
竞争分析模型	1、竞争格局分析模型如何做 2、价格策略制定的模型如何做 3、产品定位的模型如何做	1

自我评估模型	<ol style="list-style-type: none"> 1、产品管理涉及的资源都包括什么 2、自我评估模型如何做 	0.5
产品创新模型	<ol style="list-style-type: none"> 1、产品生命周期的阶段性指标都有哪些 2、产品生命周期的评估模型如何做 	0.5
管理控制技术	<ol style="list-style-type: none"> 1、差距分析是什么 2、差距分析模型如何做 3、容易被忽视的产品状况簿 4、产品状况簿如何来设计 	0.5
计划制定技术	<ol style="list-style-type: none"> 1、制定产品路线 2、制定年度策略 3、制定年度计划 4、制定营销计划 5、制定商业计划 	0.5
合计	5 课时	