梁宁产品思维30讲

核心产品力

第一，“用户”是第二个产品力的“底”，是地基，是根本。这是用户产品力的第一层。

第二，有用户，也有需求，这是第二个产品力的“墙”，是用户需求的“墙”。

第三，有用户，有需求，有产品，这是第三个产品力的“屋顶”，这是用户需求的“屋顶”。

第四，只有以上这些东西，还不能成为一个完整的产品，还需要用户体验，这是第四个产品力的“装修”。

第五，用户需求的“屋顶”和“装修”，是整个产品力的“外观”，这是第五个产品力。

第六，用户需求的“屋顶”，是用户体验的“内部”，这是第六个产品力。

01 定场景：产品的力量来个人的底层逻辑

- 产品的产品表现力=个人，内部因素，外力因素
  - 个人：能力，经验，性格，兴趣，价值观，个人的产品力决定产品的表现力，外因的影响
  - 外力：产品的市场，用户，竞争，政策，外因的影响
- 产品力=产品的底层逻辑，内部因素，外因的影响
- 产品力的一个底层逻辑：用户需求，产品的底层逻辑
- 产品力的一个产品力：只有“用户需求”
- 三个要点
  - 第一要点：用户是谁，是否存在，是不是真的存在？
  - 第二要点：是否，是否存在的，是不是真的存在？
  - 第三要点：是否，是否存在的，是不是真的存在？，是否是，是否，是不是，是否，是不是，是否，是不