

产品经理必备的术语词汇

各行各业都有自己的专业术语，产品经理这个职业也不例外，掌握好基础的术语意思往往事半功倍。

1. 用户获取成本（CPA）：能够让用户愿意用自己的产品，平均在获取用户时花费的费用。

2. 用户活跃成本：能够让用户留在自己平台上并且愿意付费，需要花费多少成本。

3. 产品的延展性：分为时间和空间上的延展性，时间的延展性上，比如手机，每个几年就要更新换代，这就是在时间上具有延展性；空间上的延展性，比如作为智能设备的快销品品牌，手机可以过渡到平板电脑、智能电视、家用智能设备上，不仅仅是品牌的延展，在产品的供应链、资源渠道、技术研发和设计层面都有可复用的部分，空间的延展性上还包括用户群体的拓展。

4. 需求的轻重：重的需求意味着很多精力和付出要放在线下，比如外卖平台相比点评类的产品就“重”的多。

5. 内聚和耦合：内聚和耦合其实是软件工程上的术语。高内聚低耦合是一个优秀系统的基本要求。内聚描述的是模块内部各个元素彼此结合的紧密程度，越紧密，内聚性越高，单一责任原则越强，单一责任指一个模块负责一项任务。耦合描述的是模块外部各个模块彼此结合的紧密程度，越紧密，耦合性越强，模块的独立性越差；内聚强调的是内部的联系，耦合强调的是外部的联系。

6. 平台、系统、模块、功能：平台、系统、模块和功能之间的关系应该是：平台包含系统，系统包含模块，模块包含功能。

7. 黑魔法：黑魔法是英国用户体验设计师哈里·布努博士提出的概念，即通过精心设计的陷阱，诱导用户做某件事情，黑魔法的设计只能完成一些短期目标，比如疯狂地利用大家的强迫症心理，在各种地方放小红点，让大家忍不住去点。

8. token：token 的意思是“令牌”，是服务端生成的一串字符串，作为服务端进行请求的一个标识。

9. XML：html 的作用是显示数据，XML 的作用是传输和储存数据。

10. 数据库和数据仓库：数据库是为了捕获数据而设计的，数据仓库是为了分析数据而设计的。

11. 需关注的核心数据：启动次数、启动时间及持续时间、时间完成情况、使用出错情况（除了使用 bug 外，在用户正常使用时，也会有些使用出错的情况，比如某些信息没有填写完整就点击提交）、用户活跃情况、用户属性（使用设备、网络情况、地区、下载来源）。

12. ARPU 值：用户平均收入。

13. Facebook 40-20-10 法则：如果你想让应用的日活用户超过 100 万，那么日留存大于 40%，周留存大于 20%，月留存大于 10%。

14. 用户体验的 5E 原则：

有效性（Effective）：实际可以等同于可用性或者有用性，就是这个产品能不能起到作用。

效率（Efficient）：产品应该是能提高使用者的效率的。

易学习（Easy to learn）：学习成本低。

容错（Error Ttolerant）：防止用户犯错，以及修复错误的能力。

吸引力（Enagging）：从交互和视觉上上用户舒适并乐意使用。

15. 需求优先级的四象限法则：

紧急不重要、紧急且重要、不紧急不重要、不紧急且重要

16. 测试账号的数据条件：

今天找测试要测试账号，测试问我要什么数据的测试账号，我一脸懵逼，原来的团队没有测试，所以不太懂这一块，百度了一下，并没有相关的内容，只好厚着脸皮去请教测试同学，经过他的解释才明白，他是问我要一个账号的具体的数据条件，比如要求这个账号要有多少个好友的数据等。

17. 产品效果：

产品效果=使用人数*平均使用频率*平均使用时长

18. 留存：

留存：七日日留存和七日内留存，使用的业务场景：七日日留存适合用于判断渠道质量。七日内留存指标比较适合一些时间点比较特殊的产品，比如作业盒子，他周末回家之后才会用到。