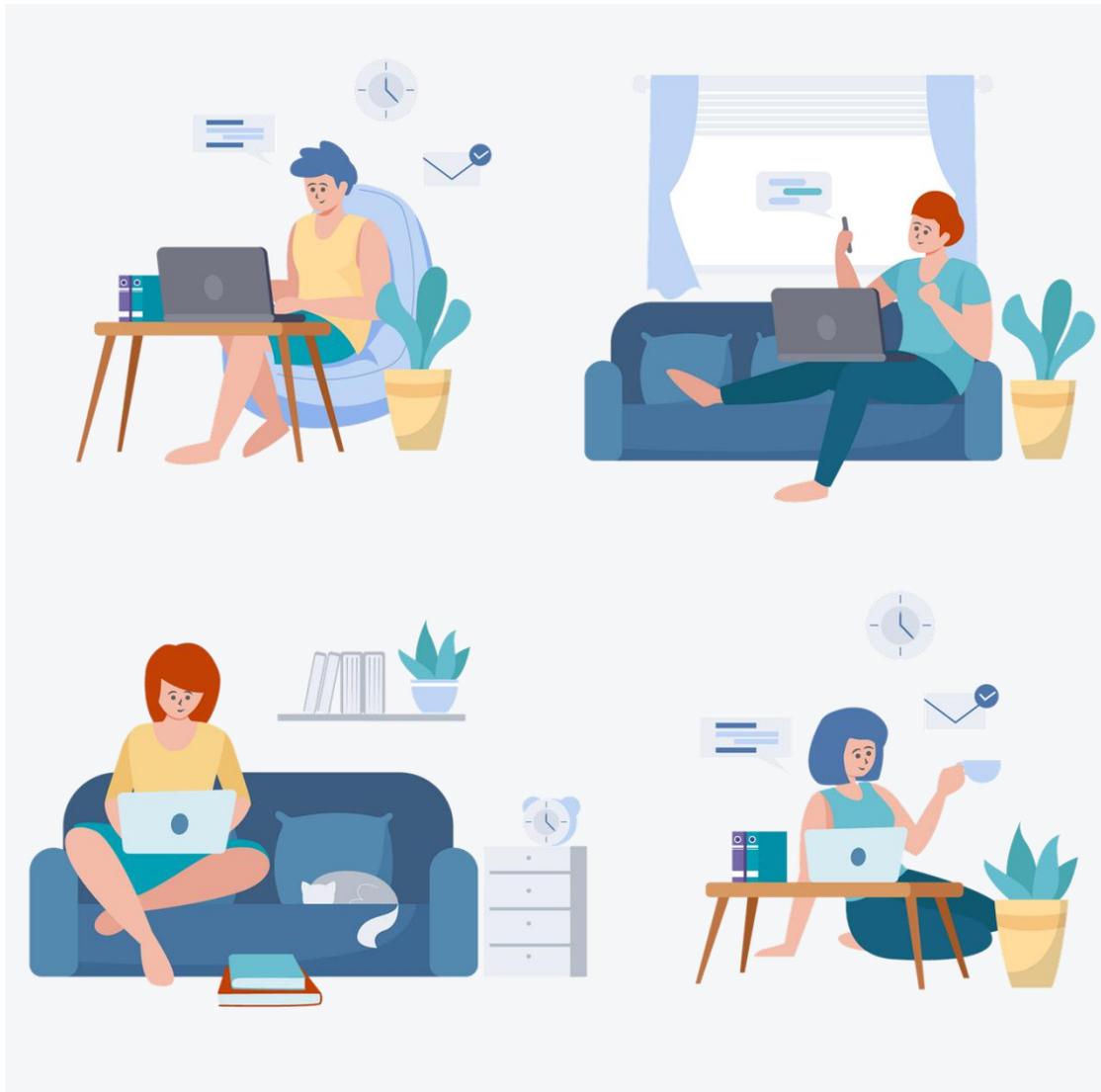


产品经理专业术语

产品经理与其他行业一样都存在一定的壁垒，这些壁垒就是由产品的专业能力、沟通能力等等构成的，掌握产品行业的专业术语是作为产品经理必备的技能之一，无论是产品老鸟还是新入行的产品小白打好基础都是重中之重。



一. 产品相关

1. 文档类

① MRD: Market Requirements Document, 市场需求文档。一般用于项目前期调研, 一般包括行业、市场、竞品和趋势等内容, 为了说明市场是否有机会。

② PRD: Product Requirement Document, 产品需求文档。包括需求背景、产品结构、业务流程和规则等。

③ BRD: Business Requirement Document, 商业需求文档。通过市场调查、用户调研、需求分析, 竞品分析, 数据分析等各种方法来充分论证产品/项目的商业战略价值。

④ DRD: Design Requirement Drawing, 交互设计文档。一般用来承载交互说明, 并交付给前端、测试以及开发工程师参考的文档。

⑤ PMD: Program Managment Document, 项目管理文档。一般包括项目进度、项目资源、责任人和项目输出物, 可以用甘特图显示和跟踪项目进度。

2. 软件系统

① BOSS 系统: 业务运营支撑系统 (Business & Operation Support System)

- 通常由四个部分组成, 分别为: 计费及结算系统、营业与账务系统、客户服务系统和决策支持系统。

- 从业务层面来看就是一个产品框架, 承载业务系统、CRM 系统、计费系统等, 实现统一管理和框架内交互。

② CRM 系统: 客户关系管理系统 (Customer Relationship Managemen)

- 客户数据的管理为核心，利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，并建立一个客户信息的收集、管理、分析、利用的系统，帮助企业实现以客户为中心的管理模式。

③ ERP 系统：企业资源计划（Enterprise Resource Planning）

- 用于管理组织内所有资源包括人事物等业务活动的一套软件，活动通常有会计、采购、项目管理、风险管理和合规性、供应链运营等等

- ERP 系统将企业内所有业务流程和事务数据收集和整合，实现各流程之间的顺畅流动，提高企业运作效率，降低信息交互成本。

④ 电信行业的三大系统：BSS、OSS、MSS

- BSS:Business support system 业务支撑系统：面向运营商业和客户服务的，例如 CRM、计费账务等

- OSS:Operation support system 运营支撑系统：对 BSS 提供技术（特别是计算机技术）支撑和管理的。

- MSS:Management support System 管理支撑系统：企业运营的管理流程，包括人财物等。

⑤ HCM/HRM：人力资源管理（Human Capital Management, HCM; Human Resource Management, HRM）

- 包含了人力资源管理的全部流程，并最大程度上实现自动化，从人才获取到核心人力资源管理，再到人才管理和人力资源分析，最大程度帮助企业人力资源部门提高效率。

⑥ SCM 系统：供应链管理系统（Supply Chain Management）

- 从原料采购到产品交付至最终目的地的整个过程中，对与产品或服务有关的商品、数据和资金的流动进行的管理。

⑦ **WMS 系统：** 仓库管理系统 (Warehouse Management System)

⑧ **MIS 系统：** 管理信息系统 (Management Information System)

⑨ **OA 系统：** 办公自动化系统 (Office Automation System)

⑩ **BI：** 商业智能 (Business Intelligence)

3. 技术和测试

① **需求评审：** 评审英文是 review，回顾、检查的意思，项目相关方坐在一起回顾需求背景，检查需求的合理性和完整性，团队成员达成共识。项目相关方包括产品、开发、设计和各部门领导等。

② **项目管理：** 领导和推动一个团队在规定时间内和条件（质量和成本等）完成项目目标过程。

③ **UAT 验收：** 制定测试用例和验收通过标准，模拟用户真实使用环境和体验。

④ **测试用例：** 为了某个目标而编制的一组测试输入、执行条件和预期结果，以便测试某个路径或是否满足某个特定需求。

⑤ **技术环境：** 开发环境、测试环境、生产环境、UAT 环境、仿真环境。

- **开发环境：** 开发环境是程序员们专门用于开发的服务器，配置可以比较随意，为了开发调试方便，一般打开全部错误报告。

- **测试环境：** 一般是克隆一份生产环境的配置，一个程序在测试环境工作不正常，那么肯定不能把它发布到生产机上。

- **生产环境**：是指正式提供对外服务的，一般会关掉错误报告，打开错误日志。可以理解为包含所有的功能的环境，任何项目所使用的环境都以这个为基础，然后根据客户的个性化需求来做调整或者修改。

- **仿真环境**：软件的所有配置、页面展示等都与真实使用无异，只是环境不同。

- **UAT 环境**：UAT，(User Acceptance Test)，用户接受度测试即验收测试，UAT 环境主要是用来作为客户体验的环境。

附：软件测试流程：集成测试 → 单元测试 → 系统测试 → UAT 测试 → 上线发布。

4. 设计术语

① **UI: User Interface** ，用户界面，泛指用户的操作界面，UI 设计主要指界面的样式，美观程度。

② **UE | UX: User Experience** 用户体验 ，指以用户体验为中心的设计。

③ **UED: user experience design** 用户体验设计，指以用户为中心的一种设计手段，以用户需求为目标而进行的设计。

④ **NUI: Natural User Interface** 自然用户界面，NUI 则只需要人们以最自然的交流方式（如语言和文字）与机器互动，使用 NUI 的计算机不需要键盘或鼠标。**GUI, Graphical User Interface** 图形用户界面，指采用图形方式显示的计算机操作用户界面。

⑤ OO: Object Oriented, 面向对象, 是一种把面向对象的思想应用于软件开发过程中, 指导开发活动的系统方法, 是建立在“对象”概念基础上的方法学。

二、运营相关

1. 运营模型

① **AARRR 模型**: 增长黑客里面的重要概念, 是 Acquisition、Activation、Retention、Revenue、Refer 这五个单词的缩写, 对应用户生命周期中的 5 个重要环节即拉新、促活、留存、转化、推荐。

② **AIPLA 模型**: 即 Awareness - Interest - Purchase - Loyalty - Advocation (认知-兴趣-购买-忠诚-拥护)。

③ **RFM 用户模型**: 衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段。R (Recency) 表示客户最近一次购买的时间有多远, F (Frequency) 表示客户在最近一段时间内购买的次数, M (Monetary) 表示客户在最近一段时间内购买的金额。可以用来作为用户分层的依据和方法。

④ **用户增长的 S 型曲线、J 型曲线**: 大多数产品, 在产品生命周期中, 会遵循 S 型曲线 (横轴是时间, 纵轴是用户数量) 的增长方式, 意味着产品要经历增长缓慢的冷启动, 到达引爆点后进入高速增长期, 随后过渡到成熟期, 用户饱和后进入衰退期; 但超级理性情况, 也可能产生 J 型曲线 (指数型增长)。

⑤ **用户分层思维**: 将产品用户按照一定的属性或特征进行分层, 不同层别的用户使用不同的运营策略。

2. 数据指标

① UV, IP, PV, VV, 人均访问数

- UV (Unique visitor) : 是指通过互联网访问、浏览这个网页的自然人。访问您网站的一台电脑客户端为一个访客。00:00-24:00内相同的客户端只被计算一次。一天内同个访客多次访问仅计算一个UV。

- IP (Internet Protocol) : 独立相同 IP 地址之被计算一次。

(UV 与 IP 区别: 用户使用不同账号在同一个电脑上游览同一个网页 2 次, UV 数+2, IP+1。)

- PV (Page View) : 即页面浏览量或点击量, 用户每 1 次对网站中的每个网页访问均被记录 1 个 PV。用户对同一页面的多次访问, 访问量累计, 用以衡量网站用户访问的网页数量。

- VV (Visit View) : 用以统计所有访客 1 天内访问网站的次数。当访客完成所有浏览并最终关掉该网站的所有页面时便完成了一次访问, 同一访客 1 天内可能有多次访问行为, 访问次数累计。

(PV 与 VV 区别: PV 是指页面的浏览次数, VV 是指你访问网站的次数。)

- 访问数 (Visits) : 访问数代表该网站被访问的次数。一个用户对一个网站的访问被认为是一次访问。如果用户离开网站一次后再次访问, 就会增加一次访问。

- 人均访问数: 即 $Visits/UV$ 。

- 人均游览页数: 即 PV/UV 。

- 其他: 平均停留时间、进入数/率、退出数/率等。

② 二跳率，跳出率

- 二跳率：进入网站后，用户在该网站页面上产生的首次点击被称为“二跳”，二跳的次数即为“二跳量”。二跳率为二跳量与访问数的比值。

- 跳出率：指浏览了一个页面就离开的用户占一组页面或一个页面总访问次数的百分比。

③ 活跃度：DAU、WAU、MAU

- DAU：Daily Active User 日活跃用户数量，统计一日（统计日）之内，登录或使用了某个产品的用户数（去除重复登录的用户）。

- WAU：Weekly Active Users 七天内登陆过产品的用户数。统计一周之内（统计日）之内，登录或使用了某个产品的用户数（去除重复登录的用户）。

- MAU：Monthly Active User 月活跃用户量，统计一月之内（统计日）之内，登录或使用了某个产品的用户数（去除重复登录的用户）。

④ ROI：（Return On Investment）投资回报率。

⑤ 转化率（CR）：Converation Rate 的缩写，是指访问某一网站访客中，转化的访客占全部访客的比例。

⑥ ARPU：Average Revenue Per User，平均每活跃用户收益。

转化率：用户点击页面后，产生被期望的特定行为的数量，占总量的比。

⑦ **ARPPU**: Average Revenue Per Paying User, 每付费用户平均收益。统计周期内, 付费用户对产品产生的平均收入。

⑧ **LTV**: Life Time Value LTV, 生命周期价值, 是产品从用户所有的互动中所得到的全部经济收益的总和。

⑨ **CAC**: Customer Acquisition Cost 用户获取成本, 获取用户所花费的成本。

⑩ **客单价**: 是指每一个订单的平均购买商品金额, 也就是平均交易金额。

3. 广告营销

① 营销渠道及优化: SEM, SEO, EDM, ASO

- **SEM**: 搜索引擎营销 (Search Engine Marketing), 利用搜索引擎来进行网络营销和推广。

- **SEO**: 搜索引擎优化 (Search Engine Optimization) 利用搜索引擎的搜索规则来提高展示排名。

- **EDM**: 电子邮件营销 (Email Direct Marketing), 即电子邮件营销。

- **ASO**: App Store Optimizatio 苹果应用商店搜索, 指提升APP 在各类 APP 苹果电子市场排行榜和搜索结果排名的过程。

② 广告营销成本计算: CPS, CPA, CPM, CPC。

- **CPS**: 销售分成 (Cost Per Sales), 按照销售比例收费, $CPS = \text{付费单量} \times \text{返佣比例} (\text{单量单价})$ 。

- CPA: 每次动作成本 (Cost Per Action), 即根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式。

- CPM: 每千人成本 (Cost Per Mille, 或 Cost Per Thousand, 或 Cost Per Impressions)。

- CPC: 每点击成本 (Cost Per Click, 或 Cost Per Thousand Click-Through)。

③ AdWords: Google 关键词的竞价广告

④ Leads: 线索, 指通过交流得到的关于某人购买某种产品或服务的可能性的数据。

⑤ PR 推广: 软文推广, 组织机构与公众环境之间的沟通与传播关系。

⑥ Adertorial: 软文广告的一种, 即付费文章, 故意设计成像一篇普通的文章。

⑦ BannerAd: (横幅广告)网页顶部、底部或者侧边的广告展示位置。



三、其他

1. 行业术语

① UGC、PGC、OGC

- **UGC:** User Generated Content 用户生成内容，用户将自己原创的内容在网上对他人呈现。

- **PGC:** Professionally-generated Content 专业生产内容，指平台或者专家专业生产的内容。

- **OGC:** Occupationally-generated Content 职业生产内容，视频、新闻等网站中，以提供相应内容为职业，如：记者，专栏作者等。

② VR、AR、MR

- **VR:** Virtual Reality 虚拟现实, 综合利用计算机图形系统和各种现实及控制等接口设备, 在计算机上生成的, 可交互的三维环境中提供沉浸感觉的技术。

- **AR:** Augmented Reality 增强现实, 它是一种将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术。真实的环境和虚拟的物体实时地叠加到了同一个画面或空间同时存在。

- **MR:** Mediated Reality 介导现实, VR 是纯虚拟数字画面, 包括 AR 在内的 Mixed Reality 是虚拟数字画面+裸眼现实, MR 是数字化现实+虚拟数字画面。

③ SNS、BBS、TMT

- **SNS:** Social Networking Services 社会性网络服务。指个人之间的关系网络, 这种基于社会网络关系系统思想的网站就是社会性网络网站(SNS 网站)。

- **BBS:** Bulletin Board System 电子公告板, 通过在计算机上运行服务软件, 允许用户使用终端程序通过 Internet 来进行连接, 执行下载数据或程序、上传数据、阅读新闻、与其它用户交换消息等功能。

- **TMT:** Technology, Media, Telecom 数字新媒体, TMT 是电信、媒体和科技三个英文单词的缩写的第一个字头, 整合在一起, 实际是未来电信、媒体科技(互联网), 包括信息技术这样一个融合趋势所产生的大的背景, 这就是 TMT 产业。

④ IAAS、PAAS、SAAS

- **IAAS:** Infrastructure-as-a-Service 基础设施即服务，消费者通过 Internet 可以从完善的计算机基础设施获得服务。这类服务称为基础设施即服务。

- **PAAS:** Platform-as-a-Service 平台即服务，把服务器平台作为一种服务提供的商业模式。

- **SAAS:** Software-as-a-Service 软件即服务，一种通过 Internet 提供软件的模式，厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据自己实际需求，通过互联网向厂商订购所需的应用软件服务，按订购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得厂商提供的服务。

⑤ B2B、B2C、C2C、O2O

- **B2B :** Business to Business 企业对企业的电子商务，如阿里巴巴。

- **B2C:** Business to Customer 企业对个人的电子商务，如京东。

- **C2C:** Customer to Customer 个人对个人的电子商务，如淘宝。

- **O2O:** Online to Offline 线上对线下，线下商务与线上推广相结合。

⑥ 其他

- **ASP:** Application Service provider 应用服务提供商，通过构建应用系统运行平台，然后再租给各个不同的用户使用。对用户来说，是以“月租”代替“购买”。

- **NFC:** Near Field Communication 近距离无线通讯技术，短距高频的无线电技术，能在短距离内与兼容设备进行识别和数据交换。

- **ACG:** 为英文 Animation、Comic、Game 的缩写，是动画、漫画、游戏的总称。

- **KA:** KeyAccount，关键客户。

- **KOL:** Key Opinion Leader 关键意见领袖，关键意见领袖通常是某行业或领域内的权威人士，为相关群体所接受或信任，并对该群体有较大影响力的人。

- **P2P:** Person To Person 互联网金融点对点借贷平台。又称点对点网络借款，是一种将小额资金聚集起来借贷给有资金需求人群的一种民间小额借贷模式。

- **VC:** Venture Capital 风险投资，大多是创业投资。

- **LBS :** Location Based Service 基于位置的服务，它是通过电信移动运营商的无线电通讯网络（如 GSM 网、CDMA 网）或外部定位方式（如 GPS）获取移动终端用户的位置信息（地理坐标，或大地坐标），在地理信息系统平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。

2. 必备概念

定义参考百度百科和维基百科。

① **马太效应**：Matthew Effect，指强者愈强、弱者愈弱、好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少的现象，广泛应用于社会心理学、教育、金融以及科学等众多领域。

② **羊群效应**：指人们经常受到多数人影响，从而跟从大众的思想或行为，也被称为“从众效应”。人们会追随大众所同意的，将自己的意见默认否定，且不会主观上思考事件的意义。

③ **墨菲定律**：如果事情有变坏的可能，不管这种可能性有多小，它总会发生。原句是：如果有两种或两种以上的方式去做某件事情，而其中一种选择方式将导致灾难，则必定有人会做出这种选择。

④ **霍桑效应**：指那些意识到自己正在被别人观察的个人具有改变自己行为的倾向。

⑤ **鲶鱼效应**：鲶鱼在搅动小鱼生存环境的同时，也激活了小鱼的求生能力。鲶鱼效应是采取一种手段或措施，刺激一些企业活跃起来投入到市场中积极参与竞争，从而激活市场中的同行业企业。

⑥ **沸水理论**：把水煮沸后，看上去热气腾腾，但水的总量不会增加，而且需要供热成本，为了维持一个看上去热腾腾的活跃度，你需要不断添柴、加火，这些供暖成本很高的，而由此产生的热气却无法增加额外的水量，那么还要煮沸它做什么呢。在网络上，很多人不择手段地去追求用户的“活跃度”，却不考虑活跃度到底能带来什么收益。当我们看到一群人的活跃是个漂亮数字的时候，应该去看看每个人活跃的背后到底意味着什么价值。

⑦ **长尾理论**：指那些原来不受到重视的销量小但种类多的产品或服务由于总量巨大，累积起来的总收益超过主流产品的现象。长尾是指利润低但总量巨大，未被完全满足的小市场。

⑧ **幸存者偏差**：也称为生存者偏差，是一种逻辑谬误，属于选择偏差的一种。当过度关注“幸存”的人事物，从而造成忽略那些没有幸存的（也可能因为无法观察到），便会得出错误的结论。

⑨ **病毒式营销**：通过网站推广、品牌推广、社交媒体和口碑传播等手段，让产品或服务像病毒一样迅速蔓延，病毒性营销成为一种高效的信息传播方式，而且这种传播是用户之间自发进行的，几乎是不需要额外费用。

⑩ **摩尔定律**：当价格不变时，集成电路上可容纳的元器件的数目，约每隔 18-24 个月便会增加一倍，性能也将提升一倍。换言之，每一美元所能买到的电脑性能，将每隔 18-24 个月翻一倍以上。这一定律揭示了信息技术进步的速度。