



新商业系列之二：产品创新的 跨界新思维

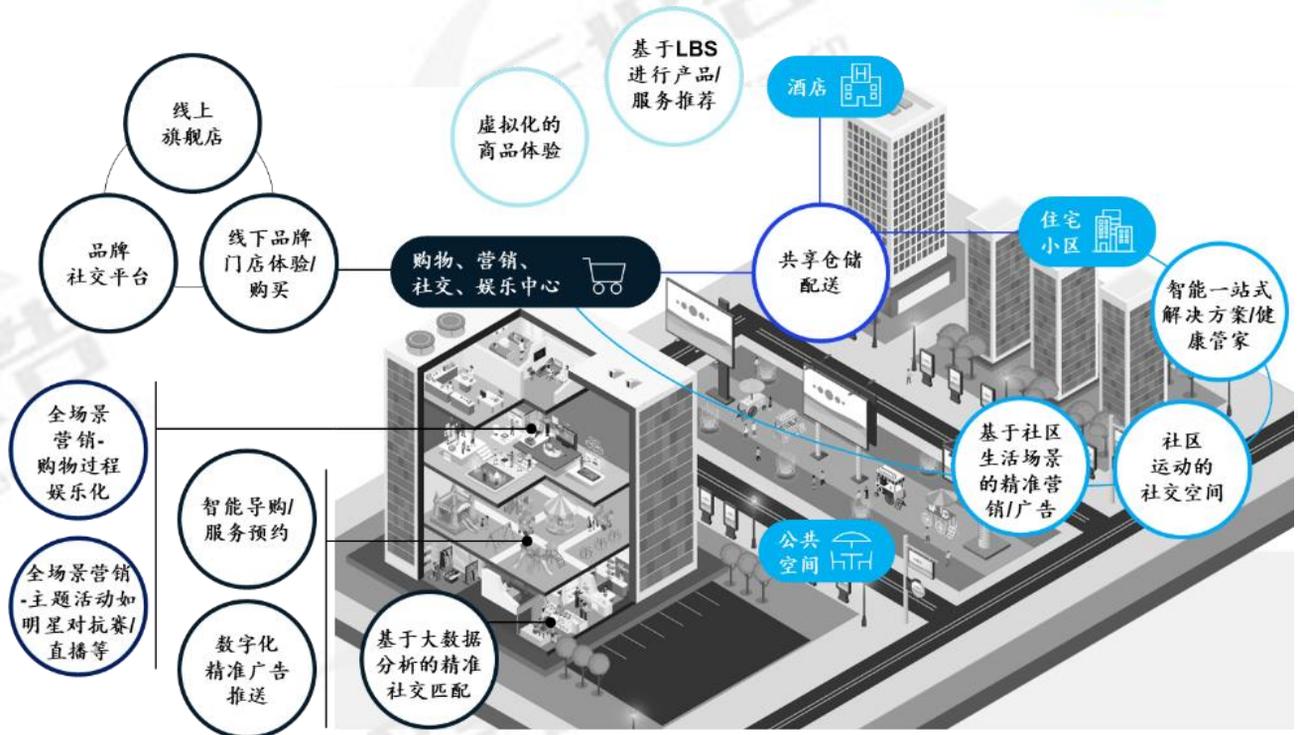


作者：麦肯锡商业地产团队

编者按：本文为新商业地产系列的第二篇，我们将围绕体验设计、数据分析和及时反馈迭代三种产品创新思维，和大家分享成功案例的实践经验和运营启示。

大地产进入新老客户交汇、线上线下交接、消费体验交合的新时代，是挑战也是机会。产品更新迭代加快，形式更多元，元素更复杂，传统的零售业态正在向集合创新体验、休闲娱乐、亲子文旅等多维目的以及跨越盒子、街区、游园等多维建筑形态的整合型产品过渡，市场胜出难度增加。面对需求不断演变、竞争愈加激烈的新商业时代，如何培育以用户为导向、持续创新的产品开发能力，成为运营商的新命题。

新的竞争态势呼唤大产品经理出现。在麦肯锡的实践中，我们发现，头部企业已开启产品经理进阶之路，并演化出体验设计出发、数据分析出发和及时反馈迭代出发三种产品创新思维：分别以客群研究和体验旅程打造、消费者和运营大数据分析、数字化虚实结合的全渠道触点为创新基点，以人为本体验驱动的主题概念设计、数据说话指导业务的高级分析洞察应用、敏捷试错即时反馈修正的动态更新开发为方法论，实现产品的不断自我突破。在下面的文章中，我们将围绕这三种路径，和大家分享成功案例的实践经验和运营启示。



通过购物中心内部与外部的连动运营, 打造各类创新场景, 实现购物、营销、社交、娱乐四大中心的定位。例如购物中心娱乐化设计, 通过进入商场获取游戏通知、品牌附近接收任务通知并换取优惠奖励、AR 显示屏观看游戏虚拟道具的上身效果并进行社交分享三大环节, 将消费历程转变为新鲜有趣的娱乐体验



利用数字化工具找到合适尺码... 通过线上问卷独立判断是否合适、调整不合适的尺码、寻求建议

MODERN RETAIL
COLLECTIVE™

产品宗旨：
与您共同设计下一代购物体验

增强现实界面
虚拟试戴配件，
快速更换不同款式



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33994

