

《产品经理:从菜鸟到大师》

图书基本信息

书名：《产品经理:从菜鸟到大师》

13位ISBN编号：9787121211768

10位ISBN编号：7121211769

出版时间：2014-1-1

出版社：电子工业出版社

作者：李娟,李飞宇

页数：236

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《产品经理:从菜鸟到大师》

内容概要

产品经理主要是同人打交道，要组织处理好很多复杂的关系和工作。良好的沟通能力、组织协调能力、资源运用能力、推动和协调各部门的合作和有序进展，是一个产品经理需要具备的综合能力。所以做好产品经理并不是一件容易的事情，很多方面的素质培养是必不可少的。本书将告诉你，产品经理在策略规划与作业规划过程中所扮演的角色，教你如何评估产品组合，以及如何提案并成功开发新产品，以成为一个全方位的成功产品经理。

《产品经理:从菜鸟到大师》

作者简介

李娟：经济学副教授，青年学者。主要研究方向为世界经济与政治、思想政治、思想政治教育等。近年来主持和参加课题20余项，发表论文20余篇。李飞宇：资深产品经理，在多家企业产品经理岗位实战，现从事产品经理的培训。

书籍目录

第一章 揭开产品经理的神秘面纱

第一节 你不知道的那些关于产品经理的事

第二节 为什么很多人选择做产品经理

第三节 企业需要神一样的产品经理

第四节 产品经理的自我修养

第五节 产品经理到底要不要懂技术

第二章 产品经理，入学容易毕业难

第一节 用户是产品经理的第一顺位

第二节 产品规划蓝图必不可缺

第三节 需求活在项目中不容忽视

第四节 建立信息来源网络

第五节 策略匹配问题有窍门

第三章 互联网产品经理的第一堂课

第一节 这个时代需要互联网产品精神

第二节 市场调研的准备工作

第三节 产品开发不只是工程师的事

第四节 互联网时代的巨大颠覆

第五节 关注用户体验才有新的可能

第四章 产品经理的特殊技能

第一节 项目经理并不等于产品经理

第二节 数据的搜集、编辑和编码

第三节 产品经理应具备的职能性技巧

第四节 产品经理的跨职能角色

第五节 文档不只是手段

第五章 新产品的提案、开发与上市

第一节 从产品工作流程说起

第二节 新产品的概念与开发

第三节 产品设计的理念和能力

第四节 我的创意我做主

第五节 产品测试进行中

第六章 团队文化是不容忽视的一环

第一节 尊重每一个声音，学会沟通的哲学

第二节 让每日构建成为一种习惯

第三节 从目标到结果，做执行达人

第四节 细节和推理是我们的双手

第五节 一路坎坷，你我同行

第七章 财务方面的细枝末节

第一节 做个懂财务的产品经理

第二节 产品管理的财务面

第三节 定价要建立在准确的销量预估之上

第四节 网络经济里的产品策略

第五节 如何进行社会化网络营销的投资回报率评估

第八章 有渠道才有未来

第一节 营销是产品经理的另一张底牌

第二节 通过微电影支持独特形象

第三节 坚持以多种方式来“讲故事”

第四节 产品包装是无声推销员

《产品经理:从菜鸟到大师》

第五节 如何吸引顾客发布在线点评

第六节 品牌效应与影响

第七节 产品运营是一门艺术

《产品经理:从菜鸟到大师》

精彩短评

- 1、还是比较易读的，读完对产品经理有个大概的了解
- 2、各种抄袭转载，干巴巴的拼接。果然是个阿猫阿狗都敢出书了。反过来说，写的出这种玩意儿的人，自己又能是个真具有多少素质的产品经理？
- 3、简直是把所有市面上有的产品相关的书都抄了一遍。
- 4、忽悠多看免费送的，扫视而过
- 5、没什么干货，空洞的话比较多。一上来前面的内容居然和《结网》内容一样。后面的内容基本没有什么实质性的，最后营销那章还算有些内容。
- 6、这书看着好亲切，感觉是其他各种书抄完拼凑出来的
- 7、结构乱 明明该往下说的时候就又回去了 还动不动往出冒英文 谁知道什么意思 产品经理书里面详细讲资产负债表和社会化媒体运营真的不是凑字数么
- 8、内容拼凑出来的
- 9、多看限时免费确无太多高质量好书。
- 10、我读书少，不知道这本书在多少程度上东拼西凑的。基于管理学、信息系统、及广告、传播学专业背景判断，这本书毫无框架可言，甚至怀疑作者（编者？）是否有读过管理学专业书籍。
- 11、只能说是一般的书
- 12、...
- 13、马马虎虎

1、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第100页

- 1、工作职责：这是给产品经理画圈子，告诉产品经理的工作范围是什么。

 - 协助部门领导制订产品管理制度与方案；
 - 负责向企业高层提供有助于决策企业战略的市场依据和建议；
 - 规划产品战略发展方向，制定产品的长期竞争策略；
 - 规划产品年度发展方向，制订产品年度计划；
 - 对所负责的产品进行市场调研并进行分析，提出产品改进计划；
 - 对产品的设计、开发、包装、渠道、定价、上市等过程进行全程监控；
 - 记录产品在不同阶段出现的问题并进行处理；
 - 对产品品牌和产品成本进行管理；
 - 负责组织产品团队完成产品的功能设计和实施；
 - 负责产品的项目的开发，对进度和质量进行监控；
 - 优化产品组合，提升产品价值；
 - 对产品市场有足够的把握，充分了解用户需求；
 - 协助企业和部门领导完成有关产品的其他工作；
 - 负责与相关部门（销售、制造、研发等）进行联络和协调。
- 2、工作内容：这是给产品经理定调子，告诉产品经理在这个圈子需要做什么/

 - 制订市场调研活动计划，完成有针对性的产品数据收集；
 - 根据市场数据发现市场机会，并提出有效的商业方案；
 - 对市场需求收集、整理和分析，并记录在《需求矩阵表》中；
 - 依据企业战略，制定产品战略，并形成产品录像文档；
 - 依据产品战略路线，制定年度产品策略；
 - 依据年度产品策略，制订年度产品计划并监督执行；
 - 根据市场情况和企业资源情况，制定可行的“商业需求文档”；
 - 撰写“市场需求文档”，定义产品的市场发展方案；
 - 撰写“产品需求文档”，对产品功能、性能等指标进行定义和描述；
 - 组织产品评审会，就产品方案进行详细说明；
 - 提出产品立项，完成《产品立项单》；
 - 对产品开发进度和质量进行监控，并就出现的问题进行协调；
 - 根据《产品质量验收标准》进行验收，并完成《产品质量验收报告》；
 - 对产品进行商品化包装；
 - 完成销售工具包，包括用户手册、帮助文件、销售指导手册等；
 - 举行产品内部培训会；
 - 协助市场部门进行产品上市；
 - 跟踪产品上市情况，完成《产品上市反馈文档》；
 - 完成《产品项目总结报告》；
 - 产品结项，完成《产品结项单》；
 - 产品上市后的其他辅助性工作；
 - 其他对业务部门的支持工作；
 - 其他所需产品文档的撰写。
- 3、工作关系：这是给产品经理架桥梁，告诉产品经理在这个圈子中如何和其他的圈子沟通

对外：

 - 与产品互助公司联系，分析产品生命周期；
 - 与产品竞争公司沟通，寻求差异化合作；
 - 与上下游产业厂商联系，预测产品发展趋势。

《产品经理:从菜鸟到大师》

对内：

- 与部门各接口人联系，获取市场用户需求；
- 与负责人联系，获取政策发展对产品的需求；
- 与XXX沟通，获取产品发展及公司技术体系发展对产品的需求；
- 与XXX沟通，执行已确立的产品项目辅助非开发工作；
- 与XXX沟通，提出并建议产品的设计思路；
- 与XXX沟通，执行已封装产品的市场培训及辅助非业务工作。

2、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第67页

开发人员最喜欢产品经理的优点

- 1、不仅告诉你做什么，还告诉你为什么这样做。
- 2、努力说服你，而不是简单说：上面就要这么干。
- 3、同意你关于一些细节的建议与修改。
- 4、虽然经验丰富，但还是能听进去你的建议。
- 5、有研发技术背景，做产品设计时能够考虑到可行性问题，所以设计的产品可以在现有条件和资源下实现。
- 6、专业的MRD文档不是必需的，但有的话是能够获得加分的。

开发人员最讨厌产品经理的做法

- 1、需求不清晰。当开发人员问PM需求的时候，发现PM也弄不清楚。
- 2、需求总变更。例如，在系统分析都做完、数据库设计都完成后，需求居然又变了。PM没有决策能力，往往被运营方、合作方、老板或者上司所左右，权衡来权衡去导致需求总是变更。
- 3、太年轻、缺乏经验、缺乏常识、缺乏个人魅力等，这样会导致无法反馈数据、商业价值判断有偏差、对项目控制稀里糊涂、思维结构化不足等。
- 4、太过于市场化或者用户导向，虽然这个不一定是坏事，但毕竟如果一个人的思维过于活跃或者天外飞仙，会导致丝毫不顾及任何技术可实现性，衍生出很多的问题。
- 5、拍脑门、拍胸脯、拍大腿

产品经理在开发阶段要做的事

- 1、监督产品开发计划、产品业务需求的完成情况。
- 2、组织产品的市场调研工作，收集产品信息，根据需要调整产品业务需求和产品开发计划。
- 3、组织或者参与开发阶段的评审。
- 4、协调资源对产品开发过程的中间交付进行测试。
- 5、指导产品开发过程。

3、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第40页

产品需求阶段需要做的有：

- 1、组织所辖产品的需求采集。
- 2、组织收集/分析宏观环境、技术趋势、竞争对手、内外部客户的信息。
- 3、组织与产品相关的各种战略、计划、策略的审计工作。
- 4、研究市场动态，提交市场研究报告，选择细分市场，确定产品的定位。
- 5、收集各个部门的产品初始业务/路标的意见。

4、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第58页

互联网的产品精神

第一，关注用户。真正把用户利益放在股东利益或者公司利润之前。同时，用户的痛点一定可以

《产品经理:从菜鸟到大师》

成为产品的契机。

第二，数据导向。我们希望能够非常快地推出一个产品，能够去尝试，这个跟过去的产品理念大不一样。不是说要研发，一两年内做10维护、20个功能，然后把产品推出去，而是要把一个非常简单人基础产品推出去，然后把它当作一个研究人基础，然后看用户怎么用这个产品，比如一半用户用A版，另一半用户用B版。

第三，快速迭代。Launch and iterate（发布并迭代），与之对应的有一个比喻：以前我们常说“Ready, Aim, Shoot”，就是准备好了，瞄准，然后发射。但是实际上在互联网的微创新时代，更多的是“Ready, Shoot, Aim”，准备好了，先发射，然后再调整。快速迭代还有两个特点：（1）产品更新是超短周期，最好是每一周就能够更新一两个功能，这样让用户有一点期望值，说又变好了，又变好了，但是千万不要太贪心，努力来做3个月，然后更新5个功能。因为如果这样做的话，第一个是你做实验的时候，这就不是一个Control experiment，你换了5个功能变好了，但是到底是哪一个带来的呢？第二是东西太多了，用户其实并不一定能看清楚。（2）产品团队是超小团队，但也能有非常大的动作，这些团队我认为能走的更远。

第四，清晰定位。

第五，重视细节。每一个产品经理一定要是一个骨灰级用户，他不但对自己的产品，而且对竞争对手的产品都要了如指掌。

第六，追求简约。

第七，打破陈规。

第八，整合领域。

第九，洞悉未来。

5、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第7页

以下类似的经历将会帮助你成为好的产品经理：

- 1、你小时候会走华容道、会玩九连环、会让魔方六面还原、会制作弹弓、会下围棋等；
- 2、你少年的时候就可以独自去外地旅游；参加过省市级夏（冬）令营，并认识许多外地同龄人；
- 3、你是学校运动队中的主力，甚至是足球队的队长；你是某科技兴趣小组的骨干；
- 4、你曾参加辩论大赛并战胜过多位对手；
- 5、你曾经是航模迷、天文迷、收藏迷、军事迷、故事大王、画家、手工高手等；
- 6、你在校时组织过多项活动，是俱乐部的积极分子；工作后你组织过酒会、发布会，是公司活动的领队；
- 7、你曾作为市场调研者或者销售员，接触过社会上方方面面的人士，在权贵面前不卑不亢，同时又能和农民、下岗工作聊家常等；
- 8、你曾炒股、炒期货、炒房大赚或大赔过；
- 9、你曾作为项目经理主持过软件开发项目；
- 10、你曾在世界许多角落留下自己的足迹，睡过野外帐篷、上过雪山、下过深海、忍受过饥饿和疲惫、看过壮丽的美景；
- 11、你相信爱情，并执著追求，你明白情感和家庭的平衡；
- 12、你曾作为志愿者，长期参与公益活动；
- 13、你曾创业，但企业倒闭，朋友反目。

产品经理就是整合用户需求、技术和商业模式。

6、《产品经理:从菜鸟到大师》的笔记-第102页

产品经理的工作概括起来就三件事：知道做什么；知道怎么做；让别人去做。

一、知道做什么

知道做什么，并不是说根据公司定义好的工作去做就行。除了这些常规性的工作，产品经理真正

《产品经理:从菜鸟到大师》

的价值在于通过自己的主动工作，告诉企业发展的方向，在这个过程中，产品经理需要做以下三件事。

- 1、发现问题：对产品经理来说，市场包含着无尽的市场需求。
- 2、找到机会：我们发现了市场需求，竞争对手也会发现，我们需要找到适合我们发展的机会，尽量减小竞争的风险和市场的阻力。
- 3、创新产品：根据我们在市场中的位置以及企业的资源来制定出产品的发展思路，明白做出什么样的产品能够满足市场需求，解决用户问题。

二、知道怎么做

知道怎么做包括两层含义：知道自己的本职工作怎么做；知道产品团队的工作怎么做。

- 1、自己的本职工作。这一点包括的东西较多，对产品经理的知识构成要求较高，需要全面掌握。
- 2、产品团队的工作。需要产品经理通过产品管理专业的知识和技能，向企业和团队说明如何才能实现战略目标，包括以下三个方面。

- 1) 规划产品路线：告诉企业产品的目标是什么；
- 2) 设定产品战略：告诉企业如何实现产品目标；
- 3) 制订年度计划：告诉企业如何一步步做到。

三、让别人去做

一个产品的上线涉及企业各个部门的工作，人员、资源如何调动，如何协调大家的工作，都需要产品经理来负责。“让别人去做”这个工作就是说执行层面的工作要让业务部门去做，他们能够更专业地完成这些工作，产品经理在这个过程中需要做好以下三件事情。

- 1、方向引导：让所有业务部门按照制定的产品规划来做，产品经理要保证团队工作方向的正确性。
- 2、过程管理：对各业务团队的工作进行监控，产品经理以“卡两头，保中间”的思路进行管理即可。“卡两头”即把每个环节的入口和出口控制好；“保中间”，对实现的过程只要保证是按照既定规范和流程操作即可，至于如何实现，不要过多干涉，以结果为导向。
- 3、工作指导：对过程中可能会影响到产品发展的事务进行指导，这种指导不带有“权力性”，靠流程规范和个人影响完成。

产品经理其实是一个不但横跨职能部门，而且横跨业务领域的职位，主要工作就是制定战略、规划产品、执行战术。

《产品经理:从菜鸟到大师》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com