

《人人都是产品经理》

图书基本信息

书名：《人人都是产品经理》

13位ISBN编号：9787121242958

出版时间：2014-9-1

作者：苏杰

页数：329

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

《人人都是产品经理》

内容概要

《人人都是产品经理》

作者简介

苏杰，浙江大学硕士，2006至2014年供职于阿里巴巴集团，担任产品经理。

做过的产品有中小企业的管理软件、淘宝卖家的工具、淘宝的垂直市场、天猫会员体系/营销工具、天猫大型活动、企业内在线学习/知识管理系统、移动社区类产品等，负责过阿里产品大学、阿里内部创新孵化器。

著有《人人都是产品经理》《淘宝十年产品事》，创建了网络翻译团队“@七印部落”，译有《启示录：打造用户喜爱的产品》、《四步创业法》、《有的放矢》等书。曾在浙江大学开设《产品经理入门》选修课，并为企业提供产品经理相关的培训服务。

本书“延伸阅读”会持续更新，作者也很希望可以[通过iamsujie.com](http://iamsujie.com)与大家持续地交流。

书籍目录

写在正文之前 / 1
为什么会有这本书 / 1
本书的产品定位 / 3
本书的风格与特色 / 5
本书的目录与内容 / 6
我与本书的局限性 / 8
第1章 写给-1到3岁的产品经理 / 11
1.1 为什么要做产品经理 / 13
1.2 我们到底是不是产品经理 / 20
1.3 我真的想做，怎么入行 / 29
1.4 一个产品经理的-1到3岁 / 34
第2章 一个需求的奋斗史 / 41
2.1 从用户中来到用户中去 / 44
2.1.1 用户是需求之源 / 44
2.1.2 你真的了解用户吗 / 49
2.2 需求采集的大生产运动 / 55
2.2.1 定性地说：用户访谈 / 56
2.2.2 定量地说：调查问卷 / 60
2.2.3 定性地说：可用性测试 / 64
2.2.4 定量地说：数据分析 / 68
2.2.5 需求采集人人有责 / 73
2.3 听用户的但不要照着做 / 78
2.3.1 明确我们存在的价值 / 78
2.3.2 给需求做一次DNA检测 / 82
2.4 活下来的永远是少数 / 92
2.4.1 永远忘不掉的那场战争 / 93
2.4.2 别灰心，少做就是多做 / 100
2.5 心急吃不了热豆腐 / 103
第3章 项目的坎坷一生 / 111
3.1 从产品到项目 / 114
3.2 一切从Kick Off开始 / 118
3.3 关键的青春期，又见需求 / 127
3.3.1 真的要写很多文档 / 127
3.3.2 需求活在项目中 / 140
3.4 成长，一步一个脚印 / 143
3.5 山寨级项目管理 / 155
3.5.1 文档只是手段 / 155
3.5.2 流程也是手段 / 162
3.5.3 敏捷更是手段 / 167
3.6 物竞天择适者生存 / 172
3.6.1 亲历过的特色项目 / 173
3.6.2 一路坎坷，你我同行 / 176
第4章 我的产品，我的团队 / 183
4.1 大产品，大设计，大团队 / 186
4.1.1 产品之大 / 186
4.1.2 设计之大 / 190
4.1.3 团队之大 / 196

4.2 游走于商业与技术之间 / 201
4.2.1 心思缜密的规划师 / 202
4.2.2 激情四射的设计师 / 205
4.2.3 “阴险狡诈”的运营师 / 215
4.3 商业团队，冲锋陷阵 / 221
4.3.1 好产品还需市场化 / 222
4.3.2 我们还能做什么 / 229
4.4 技术团队，坚强后盾 / 234
4.5 容易被遗忘的角落 / 237
4.6 大家好才是真的好 / 240
4.6.1 所谓团队文化 / 240
4.6.2 虚无的无授权领导 / 242
第5章 别让灵魂跟不上脚步 / 249
5.1 触及产品的灵魂 / 251
5.2 可行性分析三部曲 / 256
5.2.1 我们在哪儿 / 256
5.2.2 我们去哪儿 / 259
5.2.3 我们怎么去 / 263
5.3 做吧，准备出发 / 265
5.3.1 敢问路在何方 / 265
5.3.2 低头走路，抬头看天 / 268
5.4 KPI，KPI，KPI / 272
5.5 本书的源头活水 / 278
第6章 产品经理的自我修养 / 279
6.1 爱生活，才会爱产品 / 282
6.2 有理想，就不会变咸鱼 / 286
6.3 会思考，活到老学到老 / 291
6.4 能沟通，在什么山头唱什么歌
6.5 产品经理主义 / 302
附录A：它山之石可以攻玉 / 315
别人眼中的产品经理 / 315
各种有用的信息 / 320

《人人都是产品经理》

精彩短评

- 1、口语化以及作者的习作风格读起来很不适应。不过内容还算翔实，尤其参考书目方面作者很良心！
- 2、作为产品入门级还是很不错的，也比较浅显易懂
- 3、入门书籍，帮助搞清了好多基础概念！
- 4、很入门，少有基础的同学都能看懂。
- 5、很棒的一本书
另30块包邮出售全新《人人都是产品经理》
- 6、这都几个月没看完一本书了，先哭一下。感觉做为我这种-1岁的产品经理选手来说，还是挺好的扫盲读物。跟我们公司产品经理风格不太一样，可能是公司大小有差别。最重要的就是需求分析，然后就是有效沟通的实施下去了，两方面都不容易！
- 7、前两章比较废话，后面还好。但还是不喜欢，希望直接明了，少点废话的精简文字
- 8、适合-1~3年的产品，看到最后了解个项目管理流程的大概和大互联网公司的做事方法，作者真是厉害，毕业四年就有这样全面系统的整理和总结能力，我已经毕业六年了...
- 9、主干部分还是很好的，很实用，但是前面好多啰嗦的东西啊。。。
- 10、如果仅仅作为入门书，还是可以一看
- 11、入门必备，举例浅显易懂！
- 12、产品经理的入门读物，觉得略啰嗦，深感第二章和第三章写的较好，至于方法论部分，有些混乱，正如有一篇书评说的，这本有些类似于入门工具书的类型。产品经理要大量学习、大量阅读、大量思考、发现问题、善于沟通、善于抉择，我觉得是对个人能力的一个极大的提升。
- 13、如果说书如其人，真的好想当面膜拜一下苏杰前辈。全书精炼到一种非常高的地步，全程干货，覆盖范围非常广，-1~3岁分阶段演进，丝丝入扣，一点也不曾跑题。这本书的电子版看完一遍表示浑身不得劲，非得去买本书，用笔勾画、用电脑做框架，才能了却这心中的瘙痒。值得好好读一读。
- 14、2017.03.07~2017.03.11 第二遍
- 15、一天翻完了。对于我这个门外汉有一些帮助，但这些帮助和相关领域的朋友聊天也能获取。
- 16、内容很水。
- 17、产品经理入门书。
- 18、假大空，实用性不高。
- 19、前面几章主要介绍了怎么收集、整理需求以及撰写各种文档，还是蛮有用的学到不少的东西，后面介绍团队、以及产品经理的素养时感觉读起来比较凌乱，主要是我自己的原因啦，不过有些内容反复在一章中出现，比如每一章开始会有个概要，具体写每一部分时用的句子和概要的几乎完全一样，读起来感觉还是会有点啰嗦，不过总体来说，这本书还是不错的，学到了一些东西。
- 20、翻完，发现我不是
- 21、作者对一些现象的见解或观点比较独特
- 22、是思路和可落地的方法，需要在实际工作中运用起来。
- 23、诚意满满，干货挺多的一本书。learn by teaching，是看得到作者是已经能够把如何做产品经理吃深吃透到了可以拿出来教人的水平。从自己的亲身实践和理论结合实际的总结分析去梳理和给出产品经理工作中的门门道道。受众一直点明是对-1到3年的产品经理，所以里面有些不足和薄弱之处也算是可以接受的。作为参考书来说还是值得一阅。
- 24、入门，写给-1-3岁的产品经理 定位 结构 逻辑清晰，更像是开了一扇大门，后面推荐的博客和书都值得找来研究 实践
- 25、可能是已经入行一段时间了吧，感觉书中没有亮点。确实只适合刚入行或者想入行的人读吧。
- 26、系统的介绍了产品经理的工作内容与心得体会，值得细读第二遍以及做延伸阅读。
- 27、前前后后断断续续终于看完了，对于-1岁的PM还是有指导意义的。很多东西还是要自己在工作中慢慢历练和总结，不断修正方法论。时刻提醒自己：以道求术，术可得。
- 28、作者从自身的经历的点点滴滴写的这本书，非常细心。作者的行动也感动了我。相比《结网》这本书来说，深度不够。但就作者本人所说，两本书是不同的。《人人》偏管理，《结网》偏商业战略。两本书已经打包阅读。之后也会反复品味，谢谢产品前辈的分享~

《人人都是产品经理》

- 29、作为产品经理的入门书籍，让我了解了产品经理大方向的东西。非常值得一读
- 30、毕竟经验谈，看的过程中无数次睡着，觉得最有趣的反倒是HR常想的工作中的调剂与另类方式方法；有些东西在看老罗讲演的时候就已学到了，更何况作为一个平常老跟产品打交道的程序员呢，不过对于想跨行的人的确是给了一窥互联网企业运作的机会；想看高屋建瓴成系统的东西还得看《用户体验要素》这样的经典。
- 31、挺适合对产品工作流程不清楚的新手看
- 32、入门书
- 33、从宏观上写了产品经理的定义职责，想要成为产品经理需要具备的基本素养。比较粗浅，适合入门。
- 34、产品职业方法论目录，是很好的工具书可按需回头按目录查询。
- 35、更适合大公司的看。创业的可以看看，但最关键的用户，更直接。看那么多也用处不大。产品经理还是很需要实践的工作。
- 36、写的有点琐碎，不过把大公司做产品的流程说了出来。让我们知道大公司尤其是阿里怎么产品的。时不时翻翻挺好的。
- 37、对于一个产品新人，帮助很大。完整的叙述了一个产品从无到有，产品经理的工作内容。
- 38、了解一下别人的一生之敌
- 39、这是我第一本产品经理的书，其实看目录就理得很好，从需求-项目-团队-产品经理的自我修养的结构来写，作者也说了，自己把写这本书当成经营一个产品，也期待着这本书的2.0版本的发布。作为一名程序员，虽然并不想以后转产品经理，但是读这本书仍然给我非常大的启发，特别是在第4章，我非常喜欢看作者以产品经理的身份来看待和评述程序员，在大致了解了产品经理的工作后，希望可以让我在团队中的贡献更多，沟通更好，共同合作做出一份更好的产品，而不是成为一个只会听从指挥敲代码的程序员。
- 40、刚入门的时候读过，作者详细地介绍了自己的项目经历，感觉过于细节了，新人建议粗略扫一边，大概对于产品设计的流程有个印象就好。
接下来，应该重点去潜心学习用户调研、市场调研、需求分析、流程和逻辑、交互设计这一类的工具书，学了这些，在工作中，你才知道该怎么去一步一步做下去。
- 41、写的很具体
- 42、书是好书，虽然是13年的，但对于我这个大四的来说还是了解了一些企业的架构。无非是商业，技术，支撑。商业分为市场，营销，服务等技术分为开发，测试，维护等产品是二者的结合支撑分为财务，法务，行政，人事等其实本书适合大一刚入学的各位同学，从那时候就规划好自己以后要做哪方面。
- 43、一本启蒙读物，很喜欢一些思维方法
- 44、书中最激起我深思的不是此书的知识传递，经验分享，也不是水银泻地的流程结构和诙谐幽默的讲解，是苏杰老师对PM的理解，人人都是产品经理，爱生活，有理想，会思考，能沟通，每个人都是自己的PM
- 45、也是入门级书籍啊。
- 46、相对系统完整入门必备！文笔确实比较口语化，有些地方为了填格子稍显啰嗦，其他真的蛮好，定位准确，帮产品新人梳理清楚当前和以后。在明复图书馆消毒完感觉很好呀：)
- 47、为什么我感觉写的比《结网》更好一些呢？
- 48、没读懂
- 49、一般般

1、看看在豆瓣上的读书记录，今年以来读的书都非常有限，3月份集中读过几本，到现在5个月过去，期间只陪孩子读过《查理与巧克力工厂》——一本适合12岁以下人士阅读的童话故事书。本周读完了《人人都是产品经理》这本书，从翻开第一页到读完，耗时三个月。读的时间漫长，不意味着它不是好书。《人人都是产品经理》我在豆瓣上打的是四星“推荐”（豆瓣上的整体评分7.8分，是有口碑的一本书）。作者苏杰是阿里巴巴的一个产品经理，他把这本书也当做产品来做了。这本书基本上有两个线索，一个是作者本人的职业发展路线，一个是产品本身的生命周期。书的定位是写给-1—3岁的产品经理看的，语言活泼易懂，讲述的内容却是专业的。目录看起来都像是一个产品的使用文档。比如“写在正文之前”这一章，小节的题目是：为什么会有这本书、本书的产品定位、本书的风格与特色、本书的目录与内容、我与本书的局限性。我买的这本书是2014年的第三版，被作者定位为产品的2.0版本。出书的过程，作者也一直通过他的个人博客与目标读者深入互动。作为一个纯粹的外行，我对这本书的感觉肯定和专业的产品经理不一样，阅读的目的也不同。我是想了解产品经理这个职业到底是怎样的，想知道工作的流程和方法。这本书基本上满足了我的需求，所以我觉得它是一个合格的产品，一本有用的管理学书籍。因为书本身就是作者自己职业生涯的段落总结，各种案例俯拾皆是，让专业话题变得平易近人。一到关键时刻，两个群众演员——大毛和小明就会跳出来演一段话剧，帮助大家理解作者的意思，还有各种专业的文档体系以及表格——而这还并非精华部分，精华是作者讲述的方法，而不是这些现成的答案。书中围绕着产品经理这个核心，还有很多深入的思考，比如关于教育，作者认为，我们的学校教育很少告诉你学习某门课程的好处及原因，它在历史上是为了解决什么问题而产生，来龙去脉是怎样，而是一上来就教你一些莫名其妙的技能和方法。如果把人脑比喻成电脑，那么更应该像CPU，而不是硬盘。只教知识，不教思维，会让我们只知道“怎么做”，能很好地执行、完成任务，但不会去想“应该做什么”、“为什么要做”等问题。和菜头的《槽边往事》里有一篇文章叫《手上有血》：“一直到了很后来，我才终于知道绕过言辞的重要性。言说是一件太容易作伪的事情，但是手下的活却很难藏住马脚，好就是好，不好就是不好。如果一个人手上有血，身上有汗，那么他的建议最好是去听一下，哪怕他是个结巴。”读完这本《人人都是产品经理》的感觉就是这样的，作者是真的产品经理，他经过那样的跋涉，才能捧出这样一本旅行指南来。口说无凭，你得手上有血。这位作者年纪不大，却有着很好的产品经理思维。通过一本书、一个网站、一门课（公司的内训课）把产品经理、做产品这件事说得很透彻，而这些并不是他日常工作的KPI。有没有在业余时间里做自己的专业玩儿，也是和菜头说的判断一个人是否手上有血的依据。“如果你是一个美工，会不会在业余时间PS几张设计图？如果你是一个程序员，会不会在业余时间里写几个实用的小程序？会这么做的人，是真的喜欢这件事情，哪怕之前做的活很一般，未来不可限量。因为，他不怕把手弄脏。”看有些书，尤其是所谓的专业书，像是在逛坟场看墓碑，干巴巴的，还疼人。《人人都是产品经理》的文字是鲜活的，那些字都是跳动的。那为什么还是读这么久呢？只能说这是主观原因，总觉得有各种各样的事要忙着做，书往后放放吧，反正自己买的。

2、《人人都是产品经理》读后随笔by 砚子这本书的书名容易让人误会，其实作者是很认真的在分享真实工作中产品经理接触到的方方面面，而不是说人人都要去做产品经理。作者从需求，项目管理，团队，战略以及最后产品经理的修养鸡汤方面讲述了自己的从业心得。对于我这种在职场时间不短，接触过一些项目的人来说，还是很有共鸣和启发的。毕竟工作中的细节和遇到的问题是相通的。首先，作者是以清晰的思路和乐观积极的心态来解决问题的，这种由内驱动的方式是值得沉浸在迷茫和吐槽中的我们学习的。其次，方法不是固定的，主要还是面对问题的思路和作出的选择判断。作者拿自己的工作环境为例给入门小白展示了一个真实的产品经理的日常工作和可能面对的问题，这并非万能攻略，而是拿一个demo讲了思路，我想这就很实用了，我读这本书的目的也达到了。最后，非常敬佩作者的分享和整理积累的精神，可以把自己的事情当成产品来规划并且按计划实现，可以有效管理自己的知识并传播。我想这是一个让自己和他人受益良多的好方法。得我好好学习。

章节试读

1、《人人都是产品经理》的笔记-一个需求的奋斗史

图为啥这么不清楚，<http://www.cnblogs.com/lan0725/p/5646327.html> 这里有高清的。

一个需求的奋斗史，到二级目录

需求来源于用户，走向用户，首先讲的便是用户。

如何采集需求

需求分析的过程

获得高层支持的过程

需求管理

图为啥这么不清楚，<http://www.cnblogs.com/lan0725/p/5646327.html> 这里有高清的。

2、《人人都是产品经理》的笔记-第20页

产品就是用来解决某个问题的东西。

产品就是要同时解决用户的问题和公司的问题，一个都不能少！

3、《人人都是产品经理》的笔记-第117页

产品经理——靠想。产品经理是做正确的事情，其所领导的产品是否符合市场的需求，是否能给公司带来利润。

项目经理——靠左。项目经理是把事情做正确，把事情做得完美，在时间、成本和资源约束的条件下完成目标。前者强调想象力、创造力，后者强调执行力、管理能力，两者兼而有之，就能成为CEO。

4、《人人都是产品经理》的笔记-第39页

基本修养对一个出色的产品经理最重要：爱生活，有理想，会思考，能沟通。

5、《人人都是产品经理》的笔记-第82页

需求的DNA检测过程

6、《人人都是产品经理》的笔记-第44页

发现一个问题，然后设法将其转化为一个任务来解决。言简意赅，但包含从需求到项目开发的整个过程。

7、《人人都是产品经理》的笔记-第45页

—

马斯洛需求层次理论：

- 自我实现需求 - 尊重需求 - 社交需求 - 安全需求 - 生理需求

人类为什么有需求

“理想与现实的差距”，使生活产生不满意，人类自然产生“减少甚至消除这个差距”的愿望，就产生了需求。

《人人都是产品经理》

我们解决的需求，深挖到底，总可以归结到马斯洛需求层次理论。

用户与客户的区别。

不要试图满足所有用户的需求。不同的用户有重要程度之分，我们必须、也只能有所偏重。

优先满足哪些用户需要和产品的商业目标要结合起来考虑，简单地说就是看KPI。

产品的不同阶段，目标自然不同。

以老板为中心的设计---不能一开始就想着和老板唱反调，而是尽可能的帮助老板明确问题和需求的价值，为其决定方向提出参考建议，或协助其实现目标。

同时拥有“以用户为中心的思想”和“以老板为中心的行动”。

二

用户研究启蒙书籍：《赢在用户：WEB人物角色创建和应用指南》

人物角色（Persona）

8、《人人都是产品经理》的笔记-第28页

管理的能力，其实就是“在资源不足的情况下把事情做成”的能力。凡是资源，总归不足——这是常态！

9、《人人都是产品经理》的笔记-第310页

10、《人人都是产品经理》的笔记-第20页

产品的广义概念：可以满足人们需求的载体。我的理解则更直白一点：产品就是用来解决某个问题的东西。真的很直白，说明了问题，但是作为定义感觉还是不够严谨，用东西作为宾语，含糊其词，所以作为定义不是太妥当。

11、《人人都是产品经理》的笔记-第89页

绝对不能因为某个需求的商业价值很大就马上去做，也不能因为另一个需求的商业价值不大就不做。性价比才是最需要考虑的。开发量也是不能忽视一个重要环节。

12、《人人都是产品经理》的笔记-第48页

试图满足所有用户是一个灾难，那会让产品变成一个臃肿不堪，谁都不满意的四不像。在做网站这个产品的时候，切记不要只是做功能的堆砌，而没有任何创新。所以真正以用户为中心并不是对用户意见的言听计从。

13、《人人都是产品经理》的笔记-第3页

- 1.要解决什么问题，满足什么需求？
- 2.目标用户在哪里，卖点以什么样的一句话打动对方？
- 3.能提供什么产品和服务、核心竞争力，为什么是这本书？

14、《人人都是产品经理》的笔记-第10页

我并不认为一本书需要理论完备，完备的话就意味着这个领域已经发展到尽头了。当看到一个观点的时候，就有冲动去寻找与之矛盾的观点，然后通过对不同观点的分析找出背后的原因，从而更全面地理解某个事物，

15、《人人都是产品经理》的笔记-第2页

自序：产品经理是一类人，他的做事思路与方法可以解决很多实际的生活问题，只要你能够发现问题并描述清楚，转化为一个需求，进而转化为一个任务，争取到支持，发动起一批人，将这个任务完成，并持续不断以主人翁的心态去跟踪、维护这个产物，那么你就是产品经理。

16、《人人都是产品经理》的笔记-第289页

我觉得每个人都应该打一口属于自己的井，这样就不用再担心河水的涨落。

于是我找到了很简单的打井方式——写，坚持写。而打井的过程本身，慢慢积累，可以形成自己的职业保障。有一次培训的时候老师说：“就业保障会降低一个人的竞争力，职业保障可以提高竞争力，假设有一天，公司突然不需要你了，这时候你不用去找工作，而是有一堆公司马上排着队请你去，这才是真正的保障。”多年以后这应该就是“个人品牌”吧。

跳出来，其实打井的过程重于结果，最后的那口井，是自然而然地水到渠成。如果把自己的一生也堪称一个产品的话，也许同学们更可以把产品品牌建设的招数用到个人品牌建设上来，其实都是一样的：设计、市场、销售、运营、推广……

17、《人人都是产品经理》的笔记-第279页

书中总结出四大修养，分别是：爱生活，有理想，会思考，能沟通
”爱生活让我们充满动力，
有理想让我们目标明确，
会思考让我们方法得当，
能沟通让我们团结前进。“
第六章 产品经理的自我修养书中内容+自我总结

18、《人人都是产品经理》的笔记-第27页

产品管理制度三大变化方向：产品管理团队、事业单位经理的任用,更专业取向。

19、《人人都是产品经理》的笔记-第156页

PD的常用文档模板产品经理的看家本领都在这了。

《人人都是产品经理》

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