

《产品经理修炼之道》

图书基本信息

书名：《产品经理修炼之道》

13位ISBN编号：9787111390657

10位ISBN编号：7111390652

出版时间：2012-7-30

出版社：机械工业出版社华章公司

作者：费杰

页数：208

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

《产品经理修炼之道》

前言

费杰在我印象中是一位优秀的产品经理，2010年、2011年我们在一个大团队里合作过，在不少重要的项目中他都是最重要的成员。最初的感觉是他内向、肯干、话不多，其中感觉最强烈的是他能够快速、准确地理解业务需求方的实际需求，又能结合客户体验和实际价值去综合思考，最终给出一个合理的产品解决方案。而在此过程中，他还特别在意始终和各相关方保持良好的互动，随时调整和完善设计中的产品。费杰的工作非常忙，他和他的团队经常加班到很晚，也很少有休息日。他能够经常给出满意的产品是我意料之中的，可突然给我这样一本厚厚的文稿，着实让我诧异。但细细一想也不意外，我之前就知道他一直在管理一个蛮大的产品经理的组织，经常聚集几大城市的产品经理进行交流、分享。互联网时代最具代表性的精神就是分享，一个人自己有了积累，愿意拿出来和大家分享，帮助更多的人一起成长，那他也能够在互动中获得更多的收益，这就是互联网精神。我相信费杰就是这样的人。产品经理岗位在互联网时代是一个非常重要的岗位，几乎起着业务发展的中心枢纽作用。产品经理既要能够非常清晰地了解业务方的实际业务需求，又要能够深刻体会产品涉及的用户群可能因为这个产品而实现的价值点，在流程和交互设计中还要非常重视用户体验。在业务相对复杂的公司中，产品经理还要清楚一个产品出来以后，可能与其他业务产生的关联和对其他业务产生的影响，最终找到合理的方案，用技术手段加以解决。这是一个非常复杂的过程，对产品经理的综合素质要求非常高。他是业务需求、用户价值和体验、技术实现手段三者之间的桥梁。这些年来，阿里巴巴的业务迅速发展，这与有一批优秀而敬业的产品经理是分不开的。今天，所有世界知名互联网公司的成功，都和有一批优秀的产品经理是分不开的。一个优秀产品经理的核心能力，是对产品涉及的用户价值点及使用体验的高度敏感和极致追求。人们表面体现的需求是容易把握的，但潜意识中的需求是需要挖掘的。就像人们对微博这样的产品一直是有需求的，但仅仅做一些粗浅的用户调研是很难明晰出来一个微博产品的。产品经理除了了解业务、了解用户、懂得技术解决之道，更重要的是从对人性的理解中找到灵感，才能够创造出最受欢迎的产品设计方案。这是需要悟性的，而悟性则来自于积累和分享中的感悟。非常高兴费杰的积累与分享，相信更多希望成为优秀产品经理的朋友们能够在努力的道路上得到借鉴和启发。郭靖阿里巴巴首席风险官&阿里集团秘书长

《产品经理修炼之道》

内容概要

本书由资深产品经理、中国最大的产品经理沙龙Pmcaff创始人费杰亲自执笔，微软、腾讯、百度、新浪、搜狐、奇虎、阿里云、Evernote等国内外20余家大型互联网企业资深产品经理和技术专家联袂推荐。用系统化的方法论和丰富的实战案例解读了优秀产品经理所必须修炼的产品规划能力、产品设计能力、产品执行能力，以及思考、分析和解决问题的能力和方法，旨在为互联网产品经理打造核心竞争力提供实践指导。

全书一共4章，运用大量总结性的观点阐释了产品经理的工作流程、工作方法以及思维体系，力避冗长的描述，用精辟的语言和经典的案例解读了各种产品问题的表象和背后的本质。第1章对产品经理进行了全面的解读，包括为什么很多人都选择做产品经理、产品经理的金字塔分布、产品经理的误区、产品经理的能力模型以及什么样的产品经理更受企业欢迎；第2章细致讲解了产品规划的步骤与方法，涵盖产品规划的正确认识、产品规划的功能职责、产品规划的4个核心问题、需求处理的基本方法和使用技巧，以及Groupon、Flickr、Twitter、Paypal、YouTube等国际知名网站的需求案例分析；第3章深入地讲解了产品设计的方法论，如产品设计的3大能力、8大理念、4大原则、两大技能，以及产品实现的基本原理；第4章经验性地介绍了产品经理如何才能具备良好的执行力。

《产品经理修炼之道》

作者简介

费杰，网名“苦力强狒狒”，资深产品经理，中国最大的产品经理沙龙Pmcaff（<http://pmcaff.com/>）创始人，对产品经理的能力、技术、思维方式、思考方法有深入且系统性的认识，经验非常丰富。曾担任北京龙拓互动国际资讯有限公司产品总监，2009年加入阿里巴巴，现担任产品专家，先后曾参与和负责了阿里旺旺、阿里邮箱、我的阿里、SNS、消息中心、勋章、资讯、画报、价格行情、导购社区、博客、论坛、生意经等多个产品的相关工作。新浪微博<http://weibo.com/feijie>

书籍目录

推荐语

序

前言

第1章 从热闹到门道，解读产品经理1

1.1 为什么很多人选择做产品经理4

1.1.1 有强烈的市场需求5

1.1.2 有利于个人能力的积累8

1.2 产品经理的金字塔分布 11

1.2.1 按照职能划分12

1.2.2 按照特质划分15

1.3 走出产品经理的几个误区17

1.3.1 理性看待产品经理岗位17

1.3.2 很难人人都是产品经理21

1.3.3 不切实际地抱怨薪水22

1.4 产品经理应该具备的能力 26

1.4.1 经理人能力模型27

1.4.2 冰山能力模型28

1.4.3 心智能力模型29

1.5 企业青睐什么样的产品经理30

1.5.1 专业技能过硬30

1.5.2 综合素质要高35

1.5.3 有一定背书38

第2章 从资源到机会，规划产品蓝图41

2.1 认识产品规划43

2.1.1 什么是产品规划44

2.1.2 产品规划要做什么45

2.2 产品规划核心四问46

2.2.1 做什么47

2.2.2 有什么价值49

2.2.3 为什么要做51

2.2.4 如何做到56

2.3 需求处理的基本方法58

2.3.1 获取信息58

2.3.2 需求分析60

2.3.3 做决策67

2.4 需求处理的实用技巧70

2.4.1 不把需要当成需求71

2.4.2 关注背景条件73

2.4.3 不把产品形态当本质74

2.4.4 学会看懂数据77

2.4.5 回到初衷80

2.5 通过知名网站看规划81

2.5.1 Groupon81

2.5.2 Flickr82

2.5.3 Twitter82

2.5.4 PayPal 83

2.5.5 YouTube 83

第3章 从小工到专家，设计卓越产品85

- 3.1 认识产品设计86
 - 3.1.1 什么是产品设计87
 - 3.1.2 产品设计做什么87
- 3.2 产品实现的基本原理89
 - 3.2.1 内容与数据89
 - 3.2.2 C/S结构91
 - 3.2.3 B/S结构92
- 3.3 产品设计的三大能力93
 - 3.3.1 概念设计93
 - 3.3.2 功能流程设计101
 - 3.3.3 交互设计106
- 3.4 产品设计的八大理念113
 - 3.4.1 基于核心能力设计113
 - 3.4.2 基于高效操作设计117
 - 3.4.3 基于聚合设计121
 - 3.4.4 基于缺省设计123
 - 3.4.5 基于场景匹配设计125
 - 3.4.6 基于用户关怀设计127
 - 3.4.7 基于个性化设计129
 - 3.4.8 基于复用成本设计130
- 3.5 产品设计的四大原则130
 - 3.5.1 安全性131
 - 3.5.2 可靠性132
 - 3.5.3 易用性134
 - 3.5.4 美观性139
- 3.6 产品设计的两大技能141
 - 3.6.1 工具的使用141
 - 3.6.2 文档的撰写146

第4章 从目标到结果，成为执行达人153

- 4.1 加强目标意识154
 - 4.1.1 目标管理156
 - 4.1.2 结果的好坏要有奖罚162
 - 4.1.3 团队的目标要一致163
 - 4.1.4 找到实现目标的方法167
- 4.2 进行有效沟通170
 - 4.2.1 沟通的价值170
 - 4.2.2 选对沟通方式172
 - 4.2.3 掌握沟通路线174
- 4.3 学会和不同的人打交道176
 - 4.3.1 和开发工程师打交道176
 - 4.3.2 和交互设计师打交道178
 - 4.3.3 和视觉设计师打交道179
 - 4.3.4 和项目经理打交道180
- 4.4 管理好时间和任务181
 - 4.4.1 Todolist181
 - 4.4.2 优先级排序182
 - 4.4.3 串行和并行182
 - 4.4.4 时间段巧安排183

- 4.5 实用执行心得与方法185
 - 4.5.1 巧识语言陷阱185
 - 4.5.2 正确地做事和做正确的事186
 - 4.5.3 掌握PDCA循环187
 - 4.5.4 平衡好速度与完美188
 - 4.5.5 往前多走一步189
 - 4.5.6 信息、意识、心态190

第1章从热闹到门道，解读产品经理1.1 为什么很多人选择做产品经理1.2 产品经理的金字塔分布1.3 走出产品经理的几个误区1.4 产品经理应该具备的能力1.5 企业青睐什么样的产品经理

在历史的长河中，出现过很多优秀的产品。如：中国古代的四大发明（造纸术、指南针、火药、活字印刷术）；工业革命时期的蒸汽机、发电机、内燃机等。或许现在人们已经忘记了这些产品背后发明者的名字，但正是这些人的付出，使得科学技术得到突飞猛进的发展，他们的发明也被迅速应用于工业生产中，大大促进了社会的进步。在科技快速发展的当今社会，咖啡机、飞机、通信卫星、搜索引擎、网购平台、智能手机等各种优秀的产品给我们的生活带来了便利。不过，你知道在这些产品的背后有“产品经理”这样一群人吗？可能你从未想过产品经理在产品的研发和生产过程中起着什么样的作用，这个职位又起源于何时，不过，这些都不重要，重要的是在我们的世界里一直有那么一群人在不断探索、不断求实创新，他们就是一产品经理。谈到产品经理，可以说，乔布斯先生是所有产品经理的偶像，虽然他已离我们远去。但他创造的iPhone手机颠覆了传统手机的概念，他让手机成为一款兼具通信功能的娱乐设备，并且风靡全球。再来看看大洋彼岸的Facebook，它于2012年5月18号晚在纳斯达克上市。开盘价42美元，市值达到1151亿美元，这也成为历史上规模最大的一宗科技公司IPO，这家以提供SNS（Social Networking Services）产品服务的公司的老板，80后美国男孩马克扎克伯格也一跃成为超级富豪，并且富可敌国。接着将目光转向国内，2009年8月以前，门户网站新浪一直由于没有新的亮点产品推出而表现平平。但随着其微博产品的推出，公司股价一度飙升至138美金/股，可见微博的发展势头有多么强劲，事实上，新浪微博上线不到24个月，注册用户数就达到了2亿。任何一个产品做好了都有可能影响整个社会，所以很多人说产品经理是伟大的。乔布斯、扎克伯格、比尔盖茨、马化腾、雷军是幸运儿，或许同为产品经理从业者的我们，也有朝一日可以成为新宠。来看看微软的体感游戏产品KinNect。体感游戏（Motion Sensing Game），顾名思义是用身体去感受的电子游戏。体感游戏突破了以往单纯以手柄按键输入来进行操作的方式，是一种通过肢体动作变化来进行（操作）的新型电子游戏。看过钱钟书所写的《围城》的朋友，想必对这句话会记忆犹新——“每个站在墙外的人看里面都觉着好，想进去。真正到了里面看到这个那个的问题又觉得不怎么样。”对于产品经理这个职业来说，这句话似乎同样适用，很多人千方百计成为产品经理，但真正跨入这个行业，却又觉得产品经理其实就是炮灰，又苦又累，那么，真的是这样么？在我看来，产品经理这个行业有点像出国留学：入学容易，毕业难。也就是说，做产品经理容易，要想成为一个优秀的产品经理却是难上加难，画Axure原型的和负责几百上千万用户的都叫产品经理。很多产品经理认为自己是又累又操心，得到与付出却不成正比。那产品经理到底是精英还是草莽，或是草根？从热闹到门道，下面就来为您揭开产品经理那层神秘的面纱。

1.1 为什么很多人选择做产品经理

女怕嫁错郎，男怕入错行。我周围有很多开发工程师、交互设计师、品牌经理、做销售的朋友对产品经理这一职位都非常感兴趣。但是否每个人都适合做产品经理呢？接下来，我将结合自身对互联网产品经理这个行业的认识进行分析，希望能给大家一点帮助和启发。

1.1.1 有强烈的市场需求

从市场需求量来讲，互联网产品经理的需求远远没有饱和。大量的传统企业（比如国内著名的银泰百货等）开始意识到互联网市场中的商机，于是纷纷加入互联网。而且互联网产业中的公司本身也在大规模借助传统资源，努力去改变更多的传统行业。伴随着这一大潮的到来，无论是老牌互联网巨头，还是那些有传统商业智慧且刚刚投入互联网世界的公司，都迫切需要大量有一线执行力、能很好把握用户需求的产品经理。

媒体关注与评论

本书是产品经理实战多年的总结，感谢狒狒用心总结、分享给我们非常有营养的精神产品。让我们了解了产品经理日常工作做什么，需要具备哪些专业能力，具备什么样的做事心态、沟通方式，等等。通过此书大家一定会收获良多，它能帮助大家更快、更有效率地进入产品经理的角色。——史帅 百度旗下爱乐活产品市场总监 此书非常适合初、中级产品从业者阅读，它从产品人员的认知和应具备的能力，到如何进行产品规划和设计，再到产品或项目的执行，都进行了详细的讲解和精湛的提炼，推荐产品人员认真阅读，深入思考。真正成功的产品经理不是教出来的，也不是学出来的，关键在于领悟。希望大家通过对书中成功经验的不舍追问，能够早日悟到产品经理的成功之道。——纪向利 人人网无线总监 这本书积累了作者本人在成长为优秀产品经理过程中的所思所得，为希望成为优秀产品经理的同学指明了道路。书中既有以身作则的谆谆教导，也有数年积累的实战干货，读来如同一起围炉夜话，时有一席话胜十年书的快乐。——刘然 奇虎科技电商产品负责人 产品经理看似是低门槛的职位，其实不是的。在整个产品发展周期里，他是无冕之王。从宏观到微观，从产业到产品细节，都在他的掌握之中。圆圈谁都能画，但能完美闭合的却没有几个；《产品经理修炼之道》分享了从产品爱好者到优秀产品经理的成长心路和实战经验，是产品经理提高职业素养的一本难得的好书。——郭丹 金融界产品总监 如果说互联网是个江湖，产品经理则是行走江湖的侠士。每位侠士都需要包治百病的万金油，还需要无坚不摧的屠龙刀。费杰的这部大作，既可作为万金油，产品经理在工作中遇到的各种问题都可随时查阅；又可作为屠龙刀，产品经理深入研习后可铸造属于自己的杀手锏，实乃行走江湖之必备物品。——黄鼎隆 微软MSN产品总监 这是一本诚恳的书，这是一名优秀产品经理的成长历程，这本书可以告诉你产品经理是如何炼成的。书如其人，费杰是一个诚恳的实战派产品经理。他的书也一样，是干货，是对初、中级产品经理有实用性的指导手册。应该感到幸运，这家伙终于把自己的知识和经验系统性地分享给大家了，产品经理们加油！——姚钦荣 电影网产品中心总经理 由于学校里面没有一个产品经理的专业，因此目前从事产品经理工作的都是非科班出身，“传帮带”还是这一行的基本传承方式，但这种方式普遍缺乏积累，往往一个产品经理后续发展得好与坏基本取决于第一任师傅水平的高与低。费杰这本书，相比市场上其他书，具有更少学院风、更多实战派，都是一些实际经验的总结，非常值得产品新兵学习、产品老兵温习，更是对实现产品经理培养走出“传帮带”的一个实际举措。只有走出这种老旧模式，才能让中国互联网产品水平更上一个台阶。——张程 新媒传信飞信产品总监 产品经理是一个全才，产品经理也是某一领域的专才，产品经理更是资源整合的专家……费杰，国内优秀产品经理的代表，他推动了产品经理文化在国内互联网领域的影响力，以公益和热心引领了产品经理文化的潮流，更以自身的产品经验写成了这本书，这是一本产品经理的实战成长宝典，推荐给每一位“产品人”。——程向升（修泽） House365.com产品总监、86PM.COM产品经理网发起人在浮躁的产品经理年代，拥有理性的声音是最难能可贵的；当一个个产品人被神化的时候，费杰此书让产品经理们重新认识自我。作为“被产品经理”的一批人，我非常推荐书中的一些关于沟通和逆向思维的观点。不同阶段的产品人可以从此书中获得不同见解，但一万个哈姆雷特最初就产生于一个莎士比亚，值得好好品味一下。——王啸天 传漾科技全国项目管理部总监 近年来，随着互联网和移动互联网产品日益深入人心，产品经理越来越受到重视和关注，但产品管理相关的优秀书籍并不多。这本书凝聚了作者多年的经验和思考，内容均来自于实践的沉淀、分享和思考，脉络清晰，内容新颖，是一部引人入胜的作品。——韩宇 号百信息服务有限公司移动互联网事业部总监 从事产品和技术工作很多年了，多次参与对“如何成为一名优秀的产品经理”这个问题的讨论。产品经理应该做什么，懂什么，会什么，怎样思考，怎样平衡，怎样学会和各种不同角色的人打交道，用智慧和有效的方法把大家整合起来，为把同一个产品做成功而努力。产品经理是一个责任重而权力并不大的差事，需要在有限的资源条件下，调动各方力量，把自己规划设计的产品做到最优，从某种角度上来说，一个产品经理也像是一个产品的CEO。《产品经理修炼之道》这本书涵盖了产品经理成长过程中的方方面面，对初级产品经理入门、中级产品经理实际工作中的解惑很有价值。在费杰写这本书的过程中，我也曾参与部分内容的讨论，我对他的思路和见解非常认同，希望这本书能够帮助更多的产品经理变得更优秀。——王跃华 51汽车网产品副总裁 经常有人跟我说，希望能找到一位经验丰富的、耐心的前辈不厌其烦地把他工作多年的经验全部都讲一遍。这种好事儿可不是谁都能遇到的。现在，费杰用这本新书做到了，这本书可以作为新手的入门讲座，也可以作为工作多年的产品人的速查手册，产品工作中遇到的问题基本都可以从本书中找到满意的答案。——孙涤非 缘来网产品总监 互联

《产品经理修炼之道》

网产品经理兴起的这些年，越来越受到公司和员工的关注，但由于不像传统行业的积淀和成熟，互联网业内对产品经理的认知也参差不齐。如果你了解产品经理而无从入手，如果你刚刚入门却无所适从，又或你已小有所成而需汲取沉淀……费杰的这本书会对你有用，因为产品经理，我们一起在路上……——李卫强 乐视网视频云产品负责人

《产品经理修炼之道》

编辑推荐

《产品经理修炼之道》由资深产品经理、中国最大的产品经理沙龙Pmcaff创始人费杰亲自执笔，微软、腾讯、百度、新浪、搜狐、奇虎、阿里云、Evernote等国内外20余家大型互联网企业资深产品经理和技术专家联袂推荐。

《产品经理修炼之道》

精彩短评

- 1、很不错，言语精辟，貌似简单，却内涵深刻。需要有一定实战经验的互联网产品经理才能读懂。如果你还在抱怨，那对不起，看来你还没到火候~
- 2、写得很好，非常值得看
- 3、水
- 4、相当于没内容，写了这么多废话辛苦你了
- 5、有部分内容可以借鉴
- 6、写得比较泛，可以对产品经理的工作有整体的了解
- 7、还没看，大概感觉还不错
- 8、绝世武功的目录，看了感觉不错
- 9、只能说是很一般的书。不太建议大家读了。没什么特别的。
- 10、读了之后什么都记不住
- 11、干货少，浅显的东拼西凑的理论多
- 12、对于一个想了解本职业的门外汉是一本不错的初级技能书，内容比较基础，技能也是一步一步教的，不知道对于真正想进去这行的人来说这本书帮助大不大，总之我看完是明白产品经理是做什么了。
- 13、书中其实讲了很多普适的做事方法，对产品经理的各个内容，都粗有提及，但是并不很细。
- 14、《产品经理修炼之道》修炼产品经理硬技能，《关键对话》修炼产品经理的软技能。有效沟通，也是产品成功的关键因素之一。
- 15、主要针对产品新人，给新人一个方向，提到新人在产品职场中会碰到的问题、解决的办法、用到的工具、设计的理念。文档排版的不错，图文结合的非常紧密，很直观，作者将一图胜过千言实践的很好。
- 16、比国内其他作者多少良心一点点
- 17、很实用，可以读读，工作上可以用到。
- 18、记得还是12年的时候听过费杰的一节课，看他说：想转产品经理于是费心的去学画流程图。课堂上的他是很愿意和大家分享他的成长与过程很踏实的一个人，若干年后我老人家也转产品了，也是从画流程开始。只能说书的可读性不如费杰这个人吸引人
- 19、对产品经理需要具备的基本能力做了剖析，对于期望往产品经理职业发展的人有一定的启发性，但是对于已经从事多年产品经理的高级人员意义相对不太大。
- 20、还是感觉有点空洞
- 21、我已经推荐朋友和同事买了，坐等新书。。支持当当。。
- 22、适合初学者
- 23、入门书，前半部分语言比较精炼，后面凑字数在教做人。
- 24、留在心里的不多。
- 25、非常不错，值得一看，真的~
- 26、支持费杰的书，看目录就喜欢了，内容很吸引，不错，强力推荐。。哈哈
- 27、入门教材，扫盲产品经理概念。
- 28、老公选的，希望对他有所帮助
- 29、书已经看完了，作者从产品经理实际的工作情况进行分析了产品经理的技术技能以及所需的软技能，包括沟通技巧，产品人的职责，定位等。总之是一本比较全面，客观分析产品经历的书，很不错！
- 30、很好，内容不错，很实用。
- 31、书的内容很详细很详细，对于一个想从事产品经理职业的人来说，能够锻炼一种系统思维，将你从门外汉带到入门
- 32、对于我这种入门级读者来说是个科普，可能对于一些业内行家来说进来看就比较坑，讲得有点浅吧。
- 33、修炼吧，人生！
- 34、相比于《结网：@改变互联网世界的产品经理》，费杰这本书写得相对比较朴实，也比较节奏和

《产品经理修炼之道》

工具化。两本书对比，隐约可看出阿里和腾讯的产品理念的差异。

35、适合任何人群 哈哈

36、泛泛之谈，如果不知道产品经理是干什么的，扫一眼这本书吧。

37、作者是这个行业的领军人，很多干货，推荐

38、希望会对产品方面有所帮助

39、这本书很不错，汇集了很多案例

40、用来回顾工作，定期检讨才读的，没有连续读下去的兴趣。

41、书的内容非常合理，讲的很透彻，支持大家去买。

42、还没看完?

43、产品经理的必备图书。里面有大量实操案例可供参考。我们公司集体采购的，还计划采购一批：)

44、挺好的，对工作很有帮助

45、适合想了解产品经理的基本技能或者刚入门的读者

46、内容不错，很好！内容不错，很好！

47、写论文的时候可以借鉴，感觉很不错

48、很不错的一本书，配有很多插图，让讲解的内容容易理解，对于初学者很适用。

49、很好读

50、适合新新人

51、读的相当快，一个小时不到，是因为书本“产品”做得好还是与已有知识结构重复？

52、目前正在路上

53、产品经理值得学习的书，你值得拥有

54、没别的说的，产品经理必读之书！

55、新转入产品经理行业两个月，一切对我来说都是陌生的，只能自己漫山遍野地寻找适应工作的方法，偶然因为记错书名在图书馆得到了这本书，看完就认定这为我的入门书籍了，因为它很系统地阐述了产品经理这个岗位的职能、所需具备的能力，更重要的是它还提供了方法，让新手既有了方向又有了操作说明书。现在开始看第二遍了，按照狒狒在书中讲述的方法慢慢积累这个岗位所需的能力。

56、之前在网络运营部的领导看过，实在不忍心给两星.....

57、59的价格偏高 案例偏老 作者赞扬出租车公司的电话叫车方式...毕竟12年出版的书.....

58、门外汉扫盲读物

59、前面讲了一些关于产品开发流程和东西，还是有点用的，后面的内容就比较死板，没什么干货。

60、通俗易懂 脍炙人口路上 办公室用了3天就读完了除了感觉作者写书也是随性而为 插图比较粗糙外 绝对给100分感觉和作者面对面的对话 和向我倾诉 他多年的工作经验也恰逢是我工作总结转型的过程 得到这本书 很感谢作者分享

61、产品经理必备入门教程，就是价格有点坑爹！

62、费老板，坐在我旁边的大牛！

63、我很少能一口气读完一本书，用了8个小时把这本书看完了，受益良多！

64、中午刚收到书，翻了几页。之前就一直在看狒狒的博客，尤其是工具的使用上，受益匪浅。有想法、有能力的年轻人，必须支持！很羡慕阿里的平台，不仅做出了好产品，又有一大帮有实力的产品人

。

65、精辟。

66、写的很好，像我这种外行也懂产品经理是干什么的了

67、管理类书籍，看看，正品，舒服。

68、实战书

有IT大公司工作经理的人会理解较深

69、2017-01-30标记为想读，2017-02-03开始读，计划5个番茄钟；02-04读了2，收获是有，但确实不大。2017-02-06全书读完，4个番茄钟多一点。

70、看起来不错，等仔细看完一遍再来追评

71、此书对于有产品工作经验的人，是个必备的宝典。指路的明灯，从中看到要成为一个**的产品经理，还需要不断的努力。感谢狒狒的书。

《产品经理修炼之道》

- 72、还是很精美的。
- 73、记了一些笔记，但总体来说很空洞，还不如看知乎
- 74、书还没看，等看了再说，期待
- 75、内容很泛
- 76、12年的老书，现在读来太浅了。
- 77、正品质量不做的！值得购买
- 78、比人人好些
- 79、哎~ 互联网类的书很难出几本写的深入浅出又有价值的。
- 80、对这感兴趣，是一本产品经理的导航，指引你你应该知道or了解的路
- 81、快递很快，很喜欢~
- 82、写的不错，的好好学习！有独到精辟之处啊！
- 83、初级产品经理非常值得一看，干货分享很多，总结很多经验可以借鉴
- 84、产品经理的大致知识框架结构，适合入门级别
- 85、这本书是我入门产品管理的第二本书，值得阅读。
- 86、这本书的思路框架不错，但内容有点少，且大部分内容太基础太入门了。适合对这个行业一点儿不了解的人看。
- 87、算是产品经理的入门读物了，可以大概浏览下。
- 88、还可以，但不够深入，这么点干货还卖这么贵？！你以为你是卖的黄金吗
- 89、读了，好不错。
- 90、看错书名了，还以为是苏杰那本，看了一半越来越感觉这书怎么能这么烂，记得有好多人推荐，看了作者才发现是另一个，整个书逻辑混乱、图片乱放、该深入的一点没有，全是干条条，例子也是凑字数，辣鸡中的战斗鸡
- 91、我用了2天连续读了2边！非常好！
- 92、科普扫盲。
- 93、互联网产品经理的福音
- 94、初中级产品经理，值得一读。
- 95、国内写的产品经理方面的书里少有的比较深入的书，而且短小精悍，不罗嗦，难得。
- 96、刚转型做这方面的事情，还没读，希望对自己有帮助！
- 97、微言大义，需仔细揣摩
- 98、清理了一些概念
- 99、这是科普么
- 100、感觉没有人人都是产品经理好，应该先看这本就好了
- 101、书还没看，不过有一本书的封面脏了，希望以后可以加强包装。

- 1、勉强打个“还行”，书中充斥着太多傲慢与浮躁，包括对“人人都是产品经理”不必要的误读与抨击，以及动辄以专家姿态定义“四大原则”“八大理念”或评判新人。没有理由要求每一个作者都必须谦逊，但至少要做到分析入理、言之有物，否则书的价值又在何处呢？在这方面，与《人人》《结网》都有很大差距。至于价格高与低大家都有不同的标准，但书中连myspace, qq, 淘宝等logo都单独做截图放进，确实有些太过了。
- 2、等一年了，终于修成正果，我们图书馆果断购下这本书。作为一个实战派写的书还是有很多期待的。微博转发，豆瓣好评是必须的了。引于张程：费杰，国内优秀产品经理的代表，他推动了产品经理文化在国内互联网领域的影响力，以公益和热心引领了产品经理文化的潮流，更以自身的产品经验写成了这本书，这是一本产品经理的实战成长宝典，推荐给每一位“产品人”。
- 3、开篇需要说明的是：不要对中国任何一本出版物抱有过高的期待，一如不要对中国任何一家公司抱有过高期待。看一本书之前千万不要看出版社对作者的介绍，因为看过这些牛逼哄哄的包装之后，对出版物的质量要求就会提高太多。所以，需要大家在购买和阅读《产品经理修炼之道》这本书之前，要把它定位为一个年轻人出版的第一本书。这样的话，最终看待这本书才会比较客观。
 - 1、此书讲“道”多于讲“法”。看完这书，确实觉得书中缺乏了很多很多东西。千万不要拿这本书跟《人人都是产品经理》做比较。《人人》里面通书是经过精心编排，逻辑性可读性都比较强。而《修炼之道》这本书，读完给人感觉就是把产品经理所涉及的方方面面都阐述一遍，从事产品一类职位都会用到哪些理论，要遵从什么原则，都会用到哪些工具。正如费杰在自己的书评《给大家分析一下我的观点》中所说“事实上真若你很懂了，还会被我的目录所吸引么？”，我确实是被此书完备的目录所吸引了。我买的时候感觉这本书涵盖的内容是如此齐全，读完应该多少能有一些收获吧。相信不少人会跟我所想的一样。但是读完却如同一个工科大学生在回头看初中的物理书，确实里面的东西说得都对，也确实应该是用到这些理论，也有一定的指导意义，但是怎么都觉得严重缺乏深度。我更加愿意相信一个资深产品经理，一个互联网产品前辈，应该写出更深层次的体会出来，而不单单是对这些理论点到即止。
 - 2、此书适合那些不太懂产品而又在领导着产品经理的管理层阅读。在实际工作中会发现，很多领导和管理者产品经理的人，未必是产品经理出身，他们往往缺乏产品经理相关理论知识，这些人群阅读这本书，了解一下产品方面管理的要点，了解一下产品经理的思维方式、工作方法，将会对他们管理工作具有一定的指导意义。至于说在职产品经理，就不一定觉得这本是好书，里面说的东西大家基本都接触到了，不一定都已经把这些理论提炼出来，但基本上在做的是跟书中所说是相近的。产品经理更多是希望在此书读到一些互联网名企中较为新鲜的案例，以便借鉴到实际工作中。但可惜读到的尽是泛泛而谈的理论、原则，就连介绍工具也介绍得有点漫不经心。
 - 3、此书可以作为大学工科选修教材花了1周时间不到，就把这本书完全读完了，有点失望。后来我又翻看了一本大学的选修课教材，觉得大学那教材实在太啰嗦了，选修课没必要使用太复杂的教材，像这本《修炼之道》就非常合适，浅显全面。
 - 4、吐槽一下所谓的彩印精装这么多年来第一次看到这样排版的书，基本上一页就一张图，但那些图看着让人难过，多数都是Word或PPT上的结构图、框架图等，毫无新意。最让人无语的是，当要介绍一个产品或一家公司的时候，就放一个偌大的Logo（比如介绍某讯公司，放一个大大的企鹅，占据半页纸张），不禁要问，看这本书的人大概都应该是业内人士，有必要再这样重新介绍一次产品Logo吗？一本书的内容空洞缺乏深度的时候，也许真的还是需要做好印刷上的工艺，但此书在排版和配图上已经做过头了。不过正如奇瑞QQ的广告语“年轻人的第一辆车”，当我们把这本书看成是费杰同学的第一本书，别过于看重出版商对他个人经历的包装，那我们或许就会觉得，这本书其实写出了作者的真实水平。
- 4、首先鄙视的是59元的定价，208页其实6页就够了——封面封底两页，其余四章每章MindMap各一页，因为：
 1. 书中配图90%可以去掉，对内容理解和增加趣味性完全没有帮助，更多的是别人产品的LOGO和截图，有些甚至和上下文没关系；
 2. 书中提到很多理论和概念，基本上都是百度百科的浓缩版；
 3. 举的大多数例子九不搭八，根本达不到解释观点的作用，而且例子常常偏离了想解释的观点；而其他地方：
 1. 错误很多，最有趣的当然是《西游记》中的“八仙过海”；还有“Photoshop是C/S结构”；
 2. 不严谨，很多论述都是“要做到...其实...就够了”“只要...就可以了”这样的口吻；
 3. 有些概念自己都没理解好，尽是显摆一些文案用语如“结构化”、“以...为导向”。书中有一处说法是“这样做是以降低用户体验为导向”，你妹啊。
 4. 很多处有《人人都是产品经理》的影子，作者还在书

《产品经理修炼之道》

中酸了苏杰一把；不过话说回来，虽然此书如此之烂，但还是从中知道了一些以前不知道的方法和概念。

5、27号拿到书，真的是一口气读完；书中的条理性很强，案例也非常好；最重要是里面包括很多作者沉淀的思想或建议学习思想！作者是沉浸行业多年的产品经理，对整个产品过程的方法论等应该有非常好的理解，就像书中说的“干货”！但在这些方法论方面书中还涉及的不太多，可能是书本书的目标和定位不在此吧！

6、这本书的受众肯定不是有过三两年产品经理工作经验的人，我认为就是有三两年产品经理工作经验的人也不一定真正领悟这本书，但正好适合我这上正在入行的人，书中大量方法论、宏观观点、各种结构，经常听身边同事提起，一曲同工之妙，所以感觉思想上都是通的，但这些个做产品的“修炼”真要通过自己深入的理解后潜移默化运用到你需要做的产品中，真不是看这本书能解决的，也不是看几本书就能办的事儿，如真是看几本书就能修得真经，那岂不是太容易了；这本书更象个有高度的领路人，向个师傅，能把你领进门；我感觉这就够了。总结一下：这本书能在你打下根基，提升高度；

7、刚入手，昨天看了一些。整体结构比较清晰，但内容比较初级，不太适合进阶级人员，比较适合刚入门的，或者对产品经理感兴趣的人员看。书中整理的一些思路还是很不错的，能帮助新进人员找到自己的方向，快速上手开展工作

8、由于工作需要，2013年要转成产品岗，迫不及待的买了这本书来读，确实挺不错，很快就读完了，这不是一本简单的手把手教你学会某种技巧，而是一本快速把你领进门的书，作者仿佛在说，来，需要这些技能，问问百度，搜搜谷歌，然后理论联系实践，去修炼吧。回过头来，对于刚刚涉足这个领域的朋友，这本书犹如一个指引，给你一个方向，收拾行囊，开始一次产品设计的旅行，沿途风景如何，自己慢慢体会，因为打造一款好的产品本来就有一种妙手偶得的味道。

9、朋友推荐的。花了59块买来看完了。给1星。不值得购买。内容空洞，无主题，信息很分散，通篇用不痛不痒的例子解决。我看得很无奈。作为一个产品经理写书写成如此结构是很悲哀的。如果作为阿里内部的教学文档尚可接受，但是59大洋就别出来忽悠人了。

10、很早在网上预订了，前几天收到书，2个小时翻完，说几点意见1、图片很多，几乎每页都有一张！其中大幅广告素材图片占大部分，个人觉得好多根本不需要贴图的(比如说到淘宝时，来张淘宝的logo大图)，图片作用在辅助文字进行说明，如果文字本身通俗易懂了，就没必要再多此一举。这本书本来就不厚，要是除去这些图片，书本就更薄了2、知识结构讲的挺粗的，感觉干货不多，个人觉得重要的章节，好多都以几百字带过了，点到为止，并没深入探究。大部分内容和市面上的产品之类的书上差不多，更适合刚入门的人阅读3、大量的全彩图片，增加了印刷成本，其实适当减少不必要的图片，改为黑白印刷（基本不影响阅读），本书的价格应该可以降到现在一半，作为读者更注重的是内容质量，装帧质量可以退而求其次

11、电子书不全，看了一部分，感觉很一般，没有太惊喜的地方，基本就是讲了一些产品经理的概念什么的！实体内容没有讲多少啊！感觉在中国真正的合格产品尽量没有几个吧！书的名字起的很霸气，以为讲的会有深度的，结果让人失望啊！

12、买这本书是看那么多人推荐，而且还很贵。但是最后发现，贵是跟外国接轨了，但是内容真是惨不忍睹。东拼西凑，实用的不多，自己的东西不多。我不否认作者可能是个比较牛的产品经理，但是写出来的书却完全看不到。说实战，案例不多，说理论，都是网上一搜一大把的东东。

13、一本介绍产品经理所需从事工作内容的方方面面，以及什么样的人适合做产品经理，尤其适合初级产品经理的指引。虽然笔者没有对细节深入介绍，但正如笔者所说，对如何做一个成功的产品经理，其实根本就没有标准教程或者模型，更多的成功人士都是冰山型的自我修炼，所以可谓师傅领进门，修行在自身，根据此书可以清晰的看到一个产品经理所需技能，成长规划，强烈推荐。

14、本来是本着提升去的，整体看下来，感觉还是入门级的一本书，面面俱到，但是并没有体现出更为深刻的东西，跟《人人》有点类似，但人人偏项目，本书偏产品。从整体来说，推荐0~2岁的产品经理去看，2岁以上的产品经理，看了之后提升相对有限，也可能是因为看《人人》的时候我还是一个入门级别的产品经理，而到看本书的时候已经做了一段时间产品了，相对无感，呵呵。也可能是我老看费杰的博客，所以没有新鲜感了吧。Any way，出书不容易，加油，费杰

15、这是一本适合互联网从业者读的书。为什么这么说？主要是因为本书内容非零起点，要求对互联网业界知识和产品形态已形成基本的认识，从而在没有概念解释的情况下通畅地理解作者的经验和观

《产品经理修炼之道》

点，进而激发更多的职业思考。当然，圈外人看热闹也是可以的。本书也是了解互联网产品环境，走近产品经理实际工作的一条重要途径。《产品经理修炼之道》的内容分为四大块，分别谈到了对产品经理职业的认识，产品规划的制作，产品设计实现，目标的控制和执行。首先，谈产品经理职业认识。从分析产品经理职位火的原因出发，向我们展示了产品经理的职业梯队和职能要求，在解答了从业误区的同时提醒了企业需要的人才。其次，谈产品规划的制作。明确了产品规划的要义和流程，即获得信息、需求分析和做决策，分享了产品规划核心四问、需求处理的基本方法和实用技巧，并就国外知名网站进行了案例讲解。然后，谈产品设计的实现。包含了产品设计的工作内容和产品实现的基本原理，概述了产品设计的三大能力、八大理念、四大原则和两大技能，为产品设计的实现指明了方向。最后，谈目标的控制和执行。目标管理、有效沟通、人际关系、时间和任务管理等都是产品经理修炼之道。为把目标变成结果，作者还分享了一些执行心得和方法。本书内容紧紧围绕产品经理的职责工作展开，体现了良好的专业性；同时配备了丰富的彩色图表，带来了完美的阅读体验；结构清晰，语言亲近，情感真诚，不愧是前辈传道授业解惑之作。不过，《产品经理修炼之道》这本书在内容和思维上也有其局限性，主要表现在以下4个方面：1、关注了产品经理的技能修炼，却未能用发展的眼光对产品经理的职位历史和未来发展做出宏观性的表述；2、总结了产品规划和产品设计的方法论，却未能就产品实现给出具体的可遵照执行的行为指导方案；3、讲解了产品经理的核心工作职责，却未能对整个互联网产品流程给出全面且完整的描述；4、体现了产品经理职业水准和专业素质，却未能站在互联网产业或更高层次上看待产品经理职业要求和技能发展。诚然，对一份职业的认识，仅限于一家之谈是不够的。庆幸的是，国内越来越多的职业者正加入创作队伍，分享自己对互联网的认识和职场的心得体会。比如在产品经理这个方向，还有另外两本知名的书——《人人都是产品经理》和《织网》。

16、此书对于刚入行不久做产品设计，或者对产品经理岗位感兴趣的人还是很有帮助的。能够让初学者对产品经理的岗位有一个整体的理解，以及对自身的定位更清晰，避免太浮躁或者走弯路。书的结构比较清晰，还配有不少案例和图片，便于初学人员理解，不错

17、【读之前】由于准备入门互联网产品，一口气在网上买了好几本书《人人都是产品经理》、《结网》、《启示录》、《产品经理修炼之道》。其中以《人人》的名气最大，我把它定位为了解互联网产品的通俗读物，用以了解互联网产品的流程和产品经理的基本职责。其它几本是看推荐、评价来的。第一次看到《产品经理修炼之道》这个名字时，觉得有点山寨，但看了作者介绍、专家推荐，我意识到这是个牛人的干货。之后我又考察了书的目录、出版社，给人很靠谱的感觉，于是就入手了。【开始读】在读本书时，上面提到的其它三本已经读完两个月了。之所以把本书留在最后，其实并无特殊，只是我刚准备读这本书的时候，突然觉得“光是看这些讲产品流程或产品经理能力模型的书对我的能力提长是没有帮助的”。而且作者也说“本书的定位是有一定的产品经理，希望从量变寻求质变的朋友”。于是我为自己制定了别的学习计划，想等到能力有所提升后，再来读这本书，希望到时可以找到新的突破点，进一步提升。在一个闲暇的傍晚，我再次翻开了本书。从书的结构划分来看，我是比较赞同的。某些书从整个产品的流程讲下来，可以划分出十几二十章，给读者太多压力和阅读负担。本书从产品经理的能力要求和工作范围划分成这四章，感觉很合理，而且有适合入门级的“设计”与“执行”，也有适合高级的“规划”。我遵从了作者的建议，先从“设计”和“执行”两章看起，再看“规划”和“能力”两章。不到一小时，我读完了“从小工到专家，设计到卓越产品”这一章，通常会合上书在脑子里回顾一下内容，想想自己到底学到了什么。这一想，我发现自己脑子里啥也没有！什么三大能力、八大理念、四大原则、两大技能...这一章读完感觉如鲠在喉，很多点作者刚提到就结束了，不痛不痒，既没说出为什么，也没说出怎么做。我想可能是自己水平太低，人家都说了“定位是有一定经验的产品经理”。当初读王坚老师的《结网》时，开始也有点不知所云，找不到相互的联系，读到后来才明白它的结构和定位。于是我又继续了，花了一晚上看完了本书，觉得有几个典型的问题让我困扰：1) 书中的错误。包括几处错别字，和整本书的图片排版问题。作者都用“下图”、“上图”等词来代指图片，而图片通常被放在别的页统一排版了，整个代指混乱不堪。2) 配图问题。书中配有不少图片，全彩印刷也让阅读的体验更好。但我根本找不到很多图片存在的意义，既没有帮助说明主题，也没有特别的相关性。3) 说理结构问题。一个让人易于理解的说理结构通常都包含“是什么？为什么？怎么样？”几个部分，而书中所提及的好多“理念”、“原则”、“技巧”等内容，只是将问题或现象罗列出来，然后戛然而止，“为什么”、“怎么样”都没有。4) 态度问题。说实话我对“通过知名网站看规划”这一小节寄予了很高的期望，但读过的朋友应该都知道

《产品经理修炼之道》

内容是什么。作者选取了几个知名网站，各用一小段话概括了它的前身、被收购或者上市等情况，然后，就没有然后了。完全不懂作者的用意，有被唬弄的感觉。【读完后】彻底读完本书后，觉得实质内容实在太少，加上上述几个问题，让我对本书的质量产生了怀疑：真的是我没读懂，还是它图有其表。于是我想到上豆瓣读书频道看看其它读者的意见，才发现有类似感觉的不止我一个。在读完之后，我就上面提到的某些问题与作者进行沟通，作者也回应称自己确实存在笔误。我想，如果真是一本有内容的好书，一两个错别字我们还是能接受的。但就本书而言，它最大的缺点不在于笔误。可能像网友所说“强的产品经理不一定是好的作者”。

18、同为PM，在亚马逊看了下数目，感觉肯定很靠谱，期待已久呀。现在市面上产品经理的书籍太少，费老大又为行业做贡献了。等开售了，买本回来看，再写篇详细的书评。费老大怎么也不在微博上面透露一下，还是豆瓣猜给推荐才看到的。

19、这本书主要在讲解概念和理念的东西。适合产品新人和知识面不全的人。书的章节我觉得分得很好。但是由于要讲的内容比较多，所以很多内容都是浅尝即止。并没能深入的进行叙述。整个书即讲了概念又讲技法、规划策略、产品设计、又要讲团队沟通，个人管理……怎么可能在一本不足200页的书里写完期待第二版，把章节都给充实了会更好看。适合增大知识面来读，也可看看费杰的工作思路，还是能有所收获的。我觉得这本书更多的作用是思考。

20、1.标题党除了书名比较诱人之外，什么内容都没有，都是网上扒的文章，内容太浅，实用的东西太少，很容易被这本垃圾的书的书名和目录迷惑，我就是看了书名和目录才上当的，后悔啊。2.作者什么阿里产品经理，什么国内最大组织创始人，什么狗屁玩意，我感觉就是吹牛逼，如果真有货，书里面拿出来啊，书里面什么都没有，一本不及格的入门书。3.天价不到两百页的书，定价59，你直接明抢得了，如果里面真有货，也就算了。但是什么都没有，顶多算一本非常不及格的入门书，让人非常非常的失望。在我看来顶多值19都多说了。真的很垃圾，真的非常失望。

21、对于菜鸟进入新的领域我比较信奉任正非的观点，“先固化，再优化”，既然要学先进，就要一学到底，对于菜鸟来说，你无法分清先进那些该学，那些不该学，那就应该全盘照搬，先固化下来，用先进总结的思维框架去推演，去实践，在一定实践的基础上再结合自己的想法进行改进，从而形成自己的方法论。本书中不浮于理论，作者很慷慨的道出了不少干货，读者都可以进行相关的实践推演，而不是像很多讲了很多形而上学的书，看完什么也无法留下。本书主要包括了以下思维框架：产品经理能力框架，产品规划框架，需求处理框架，产品设计框架。从本书中我也了解了很多专业的方法，从起初的100%的感性思考慢慢的加入理性分析的部分。相信在不断的学习和实践中，每个人都会形成自己的思维框架和方法论集合。

22、孕育了这么久，终于出版了，不容易啊！一边写书，一边组织pmcaff造福大众，好样的！最终采用的名字：产品经理修炼之道是谁贡献的？期待接下来另一个重大项目的发布，你们懂的。

23、见识过费老板犀利、逻辑感超强的表达能力，佩服之至呀！每天早上吃着早饭的时候，高谈阔论的话还蛮有道理的。我虽然不是产品经理，也想读此书，晓习一下问题分析的思路。我现在越来越发现，不能只想着做什么，还要多想想如何做，需要形成自己的做事方法体系。这样不管业务如何调整，自己依然可以坐怀不乱。另外，费老板还是一个很会做饭的产品经理，以后再出本菜谱，真正把做产品和做菜的理念融汇贯通！

24、垃圾书啊，我真心想吐槽：作者连最大风险法和最大后悔值法都搞不懂（书中示例结果全错的），这还要出书？全篇复制粘贴来的大道理。

25、19世纪英国小说家查尔斯·狄更斯在《双城记》中说道“这是最美好的时代，也是最糟糕的时代”，这句话依然适合于信息经济时代的今天。一方面，互联网技术呈几何级地发展，即将把网络世界发挥到极致，另一方面，人类对互联网的依赖程度远远超过了过去，同时带来了用户体验、账号安全、网络公关等诸多有待解决的问题。伴随着竞争激励的互联网环境，企业要想成为行业内的“明星”，则必须在市场、销售、运营、技术和服务等多个资源上得到合理配置，而其中产品占据了核心的地位，一切资源的分配都是围绕着产品而展开。而为了更好地分配这些资源的合理利用，产品经理的职位也就应运而生。产品经理也就是最近几年内在欧美大型互联网企业内得以灵活运用，由于是一门新的职位，还难以形成一门新的学科，因此关于这方面的书籍也就相对少见。费杰最近出版的《产品经理修炼之道》是目前为数不多的有关于产品经理方面的著作之一，此前，国内已经有《结网》、《人人都是产品经理》这类的著作。与这两本书的不同偏好相比，《产品经理修炼之道》更重视系统化的方法论和丰富的实战案例。对于《产品经理修炼之道》这样的一本书，从目录上分析，阅读的层次感非

《产品经理修炼之道》

常清晰。作者在第一章简单介绍了与产品经理相关的内容，涉及到产品经理的需求、误区、能力等多个方面的问题；第二章概述产品规划的必要性；第三章则解释了产品设计的能力、理念、原则和技能；最后一章就是实现成果交付的必要条件，将执行进行到底、学会沟通、学会管理自我。首先，值得提示的是，产品经理并非中类似于中层管理的职权，尽管有些产品经理有一定的职权，但他重视的不是在“管理”上，而是在“产品”上，这也就给刚入行的员工造成了一定程度的误解。目前，产品经理的空缺很大，市场需求很旺盛，薪酬也很吸引人，但并非意味着任何一个对产品有一定认识的技术人员都可以担任产品经理。依据本书的观点，对卓有成效的产品经理能力要求众说纷纭，从经理人能力模型来看，产品经理更重视的是专业能力；而从冰山能力模型和心智能力模型来看，更重视的是个人自我心灵的修炼，从而激活创新思维的再创造。其次，依据产品流程图的走向，产品规划是产品流程的第一阶段。那么什么是产品规划呢？本书的作者简单扼要地总结出：产品规划就是获取信息、需求分析、做决策的过程。写出一个产品规划方案很容易，但是能否得到上司、投资方的认可很重要。老板不喜欢在不合理的方案上花费太多的时间，投资方也不愿平白无故地在没有收入预期的方案上砸钱。本书的观点是可以从核心四问开始，做什么、有什么价值、为什么要做、怎么做到。对于产品规划的过程（获取信息、需求分析、做决策），本书介绍了不少常见的管理工具和管理理念，稍微接触过管理学教育的读者应该并不陌生，在这里不再强调！再次就是产品设计。产品设计是在产品规划层次上的再创造，用作者的话说，就是说“它是在理解规划的基础上，通过对用户群体的行为特征进行具体分析，设计出符合用户期望载体的过程”。由于互联网产品本身具有技术性和艺术性的双重属性，因此，成为一名卓有成效的产品经理，应当有一定的互联网技术，熟悉使用一些相关软件，否则的话，刚入门的员工做起来很吃力！主要内容有：产品设计的三大能力（即概念设计、功能流程设计、交互设计）、产品设计的八大理念、产品设计的四大原则、产品设计的两大技能，可以简称为“3842方法论”。特别是文中提到的产品设计的八大理念，即基于核心能力设计、基于高效操作设计、基于聚合设计、基于缺省设计、基于场景匹配设计、基于用户关怀设计、基于个性化设计、基于复用成本设计，这些理念结合案例分析，作者用喜闻乐见的方式向大家诠释了这样一个命题“产品经理看起来很难，但要深入研究下去，其实是有章可循的”。本书最后强调的是执行力，有效的执行力是能把目标引导到结果。德鲁克总是强调目标和愿景是两种不同的概念，可事实上是，总有人把目标和愿景混为一谈，譬如，有位经理人说“我们的目标是称为全世界最有影响力的软件外包供应商”，殊不知，他所说的是企业的愿景。德鲁克在《管理实践》一书中提出了衡量目标管理的5原则，即著名的SMART原则（Specific、Measurable、Attainable、Relevant、Time-based）。沟通也是产品经理经常遇到的问题，产品经理在工作过程中需要和多个部分打交道，有效的沟通更利于将执行力进行到底。作者在《产品经理修炼之道》一书的前言中说道，这本书是定位于“有一定的产品经验，希望从量变寻求质变的朋友”，可实际上，笔者想说的是，本书同样适合于对产品经理有所期待的朋友。对于有一定的产品经验的读者，本书可以对自己工作内容的再次回顾，但要想学习更多的知识，本书在深度上还需提升，同时也期待作者在此基础上做出更好的佳作！提示：未经允许，请勿转载！

26、从手把手教你做产品系列，看出作者的逻辑思维能力强，文字总结能力也是很不错。该手把手教你做产品很值得新人快速入门做一个产品，也适合有经验人士参照总结自己的做事方式方法。总结下，还是入门产品经理的教程书，手把手教你做产品系列还是值得一看的书。PS：手把手教你做产品，是在作者的博客上文章，本书上没有该系列。所以建议直接订阅作者的博客吧。

27、这本书和人人都是产品经理差不多，适合入门的人看，整个书的结构、用字、排版也都是满足新手或者想了解产品经理的人的习惯。

28、国内关于产品经理的书很少，最近1年出了几本，大多都是互联网行业的最早接触的《人人都是产品经理》，接着《yes产品经理》（软件行业），加上今年两本新书《神一样的产品经理》《产品经理修炼之道》总的来说这四本书都是适用产品经理入门的，仔细读后也的确只能适用于产品经理入门。但是个人觉得《神一样的产品经理》写的较为深刻，尤其是方法论与实践的结合，虽然《产品经理修炼之道》在书的封面上标注“系统化的方法论和丰富的实战案例”，但是我觉得后者写的真的很浅，也许是要留给读者自己去品味吧，但是入门的产品经理能品味的了吗？尤其是书中插入了大量的大尺寸图片，有的根本就没必要插图，难免有点凑页数的感觉。而且书中内容，书中内容只能算上系统化的一部分吧，还不够全面，这一点我个人还是觉得《神一样的产品经理》从产品的从无到有，到项目管理，运行推广都写的较详细点。《Yes产品经理》是以职场小说的形式讲述了产品体系的建立，产品的管理过程，写的很杂，需要自己整理流程顺序。但事后在微博上看到作者与网友“对骂”的信

《产品经理修炼之道》

息，个人顿时对作者产生不好的看法，即使产品经理做的再好，书写的再牛，不能认真对待读者的评论，我觉得就不算是好的产品经理。《人人都是产品经理》暂时还没读完，只看了大纲，貌似内容也比较丰富。不过总的来说，应该给费杰鼓励，毕竟善于总结不是所有产品经理的都能养成好习惯，不但善于总结还能写成书拿出来分享，这一点更值得肯定。几本书都写的很浅，这也与产品经理在国内的发展还不成熟有一定的关系，很深的层次的确与行业，企业，市场都有关系，只能靠大家自己结合实际，不断与同行交流心得了。希望以后能看到更多更深层次的方法论与实战相结合的书籍推出，也希望能看到软件行业的产品经理书籍推出。

29、作者费杰是国内最大的产品经理组织Pmcaff的创始人，阿里知名产品经理。作为Pmcaff的深度用户，从作者开始计划写书，就一直关注。书录出来之后，觉得很靠谱。也就在7月20号便在亚马逊订购这本书，25号即到手中，一口气读完。读完之后总觉得缺点什么内容，或是如鲠在喉，不上不下的感觉。作者对产品经理岗位、基本能力和项目规划有极深的经验，但书中所有的描述如同一篇word文档的简单描述，或是博客的复制版（典型不如刘未鹏的《暗时间》），书中的内容太浅，语言如页面描述文档的自说自话，不够精辟，不够内涵。细节方面，书中错别字两处，语句不通五处，图片多处与内容不对应。总体来说，书比较适合有一段时间产品工作经历的人员阅读，书价格偏贵。大致如此，希望狒狒能够对此书尽快做修订版。

30、第56页，2.2.4如何做到这一节，书中出现了明显错误。《西游记》第81回“正是八仙同过海，独自显神通”西游记怎么还有八仙过海的内容??刚看到这里，前面的内容写的挺不错的，不过只适合入门级的产品经理。很多地方引起共鸣，呵呵，继续学习中。

31、这本书吸引我最大的点就是是彩页的。因为我们业务转型，我属于对产品刚刚入行的，我是想找一些能引发我对产品兴趣点的东西，比如幽默、色彩感。但是即便是彩页，我却感觉内容并没有那么吸引我。首先我比较反感一本书里去损他同类的书，我既然花钱了我肯定希望得到些专业的东西，不是去看你压到竞争对手的。比如说苏杰的。其次，费杰的书，属于对于知识点的罗列，有点像教科书，确实比较适合我这种新入门的人进行全面学习，但是读起来略显枯燥，反正就是没兴趣读下去。不过我会再好好精读的，当教科书看，虽然看起来痛苦，但是要掌握住知识点。

32、作者来头很大，但似乎不愿分享他的独家精髓，或许感悟仅此而已。PM涉及的每点都说到了，但每点都点到即止，更像一份详尽的提纲。行文足够流畅幽默，但现在是内容为王的年代。空闲时读一读，顺便学学作者PPT式的排版。当然，我还没有见过产品经理空闲的时候。

《产品经理修炼之道》

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