

<<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

出版时间：机械工业出版社华章公司

作者：费杰

页数：191

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：<http://www.tushu007.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

《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。

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。

<<产品经理修炼之道>>

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 为什么很多人选择做产品经理

1.1.1 有强烈的市场需求

1.1.2 有利于个人能力的积累

1.2 产品经理的金字塔分布

1.2.1 按照职能划分

1.2.2 按照特质划分

1.3 走出产品经理的几个误区

1.3.1 理性看待产品经理岗位

1.3.2 很难人人都是产品经理

1.3.3 不切实际地抱怨薪水

1.4 产品经理应该具备的能力

1.4.1 经理人能力模型

1.4.2 冰山能力模型

1.4.3 心智能力模型

1.5 企业青睐什么样的产品经理

1.5.1 专业技能过硬

1.5.2 综合素质要高

1.5.3 有一定背书

第2章 从资源到机会，规划产品蓝图

2.1 认识产品规划

2.1.1 什么是产品规划

2.1.2 产品规划要做什么

2.2 产品规划核心四问

2.2.1 做什么

2.2.2 有什么价值

2.2.3 为什么要做

2.2.4 如何做到

2.3 需求处理的基本方法

2.3.1 获取信息

2.3.2 需求分析

2.3.3 做决策

2.4 需求处理的实用技巧

2.4.1 不把需要当成需求

2.4.2 关注背景条件

2.4.3 不把产品形态当本质

2.4.4 学会看懂数据

2.4.5 回到初衷

2.5 通过知名网站看规划

2.5.1 Groupon

2.5.2 Flickr

2.5.3 Twitter

<<产品经理修炼之道>>

2.5.4 PayPal

2.5.5 YouTube

第3章 从小工到专家，设计卓越产品

3.1 认识产品设计

3.1.1 什么是产品设计

3.1.2 产品设计做什么

3.2 产品实现的基本原理

3.2.1 内容与数据

3.2.2 C/S结构

3.2.3 B/S结构

3.3 产品设计的三大能力

3.3.1 概念设计

3.3.2 功能流程设计

3.3.3 交互设计

3.4 产品设计的八大理念

3.4.1 基于核心能力设计

3.4.2 基于高效操作设计

3.4.3 基于聚合设计

3.4.4 基于缺省设计

3.4.5 基于场景匹配设计

3.4.6 基于用户关怀设计

3.4.7 基于个性化设计

3.4.8 基于复用成本设计

3.5 产品设计的四大原则

3.5.1 安全性

3.5.2 可靠性

3.5.3 易用性

3.5.4 美观性

3.6 产品设计的两大技能

3.6.1 工具的使用

3.6.2 文档的撰写

第4章 从目标到结果，成为执行达人

4.1 加强目标意识

4.1.1 目标管理

4.1.2 结果的好坏要有奖罚

4.1.3 团队的目标要一致

4.1.4 找到实现目标的方法

4.2 进行有效沟通

4.2.1 沟通的价值

4.2.2 选对沟通方式

4.2.3 掌握沟通路线

4.3 学会和不同的人打交道

4.3.1 和开发工程师打交道

4.3.2 和交互设计师打交道

4.3.3 和视觉设计师打交道

4.3.4 和项目经理打交道

4.4 管理好时间和任务

<<产品经理修炼之道>>

- 4.4.1 Todolist
- 4.4.2 优先级排序
- 4.4.3 串行和并行
- 4.4.4 时间段巧安排
- 4.5 实用执行心得与方法
 - 4.5.1 巧识语言陷阱
 - 4.5.2 正确地做事和做正确的事
 - 4.5.3 掌握PDCA循环
 - 4.5.4 平衡好速度与完美
 - 4.5.5 往前多走一步
 - 4.5.6 信息、意识、心态

<<产品经理修炼之道>>

章节摘录

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——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?

<<产品经理修炼之道>>

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。

<<产品经理修炼之道>>

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。

<<产品经理修炼之道>>

这本书凝聚了作者多年的经验和思考，内容均来自基于实践的沉淀、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。

如果你想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>>

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:<http://www.tushu007.com>