

<<向华为学习卓越的产品管理>>

图书基本信息

书名：<<向华为学习卓越的产品管理>>

13位ISBN编号：9787301217672

10位ISBN编号：7301217676

出版时间：2013-3

出版时间：北京大学出版社

作者：卢刚

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>

## <<向华为学习卓越的产品管理>>

### 内容概要

华为，创办于1987年，在20多年的时间里，变身全球第二大通信供应商，成为产品进入全球140多个国家，服务着20多亿人的跨国巨头。

提及华为的成长，人们的目光总是落在任正非或者狼性团队上，却很少有人看到华为体系中产品管理的卓越。

这本书系统解释了华为产品从研发到上市的完整流程，是企业进行产品管理改革的优秀技术范本。作者力图将这层朦胧的“窗户纸”彻底捅破，让读者看得透彻、学得明白。

书中用团队管理作为主线，辅以5个重要环节（产品需求管理、产品规划管理、产品开发管理、产品上市管理、产品生命周期管理），对产品管理的全过程做了系统阐释。

源于一线使用的大量图表，更加直观地展示了产品管理的流程和要素，给读者以更加轻松的阅读体验。

读罢此书，你会发现别样的华为。

## <<向华为学习卓越的产品管理>>

### 作者简介

卢刚 曾服务于国内某大型通信设备企业，历任项目经理、联合系统部总经理、固网计划处总经理、NGN产品线总监；后任某上市集团公司多媒体产品线总监、通信公司开发中心总经理等职。

在近20年的产品研发及管理咨询工作中，一直跟踪国际最为前沿的理念，结合自己的实践和研究，进行理论层面的本土化总结与提升。

并积极帮助很多知名企业构建产品管理框架，理顺产品管理的流程，使产品定位更精准，产出更高效，获得了客户的一致好评。

服务的客户包括：康佳、美的、腾讯、中联重科、许继集团、北汽福田、海信、方太、深圳电信、老板集团、宁波奥克斯、北京同方威视、深圳同方.....

## &lt;&lt;向华为学习卓越的产品管理&gt;&gt;

## 书籍目录

推荐序前言全面认识产品管理业界常见的产品管理问题 问题1 按照错误的需求开发产品 问题2 试图让一个产品具备太多功能 问题3 不断修改 问题4 功能部门拒绝放弃对产品和项目的控制 问题5 产品经理推动全流程的工作时缺乏组织支撑 问题6 缺乏体系, 好的产品依赖好的产品经理勾勒产品管理体系的整体框架 产品管理的概念 产品管理的战略、组织和流程框架从八个维度做好产品需求管理分析和研究客户需求的方法 要素1 价格 要素2 可获得性 要素3 包装 要素4 性能 要素5 易用性 要素6 保障 要素7 生命周期成本 要素8 社会可接受性 八个要素分别包含了多个子要素八要素法的应用产品需求管理需要一套系统方法 了解市场需求从多方面收集原始客户数据开始 需求管理八要素法与QFD的配合使用 收集原始客户需求的常用方法 解释、分组客户需求的原始数据, 并定义各组权重 对客户需求进行排序将客户需求分级的意义市场调研如何操作才能保证效果 市场调研的主体是企业的资深人员 要选择合适的市场调研渠道 策划和制定市场调研的具体方案 如何获得真实的信息产品需求的来源需求分配中的流程、团队和渠道需求验证防止错误认知客户需求 内部验证 外部验证产品规划管理实现效益最大化产品规划的流程11064 产品规划流程概要 组织和运作模式(团队) 产品规划和产品开发的关系 产品规划和部门规划的关系 产品规划和绩效管理的关系产品平台的定义和规划 产品平台的定义 产品平台的重要性 产品平台的梳理和规划产品规划和技术规划的关系 技术规划的概念 技术规划的流程概要 产品规划和技术规划的关系产品开发管理集成产品开发管理体系的基本思想 新产品开发是一种投资行为 市场成功是检验产品开发成功与否的唯一标准 高效的产品开发需要跨部门、跨系统的协同工作 产品开发流程要在非结构化与结构化之间找到平衡 改造产品开发流程需要整个公司的变革IPD流程简介——“两个团队, 一个流程” 11088 IPMT和PDT 产品开发流程PDT经理和产品经理的分工与配合关系 PDT经理vs产品经理 产品经理在IPD流程中的两个关注重点静IPD体系的矩阵组织架构IPD流程的层次IIPD各阶段的输入输出11099IPMT依据产品的业务计划书进行决策臻业务计划与项目计划的关系 业务计划与营销计划的关系 业务计划书的构成产品开发的决策评审会议 IPMT会议管理 决策评审及其流程产品开发中的项目管理模式 IPD产品开发流程和项目的关系 IPD产品开发中的项目计划 “渐进明细”原则IPD体系的推行和变革管理 变革管理的三大内容尊IPD变革项目如何顺利推行 流程如何裁剪产品上市管理左右企业利润产品上市时间是对利润影响非常大的因素产品上市阶段产品经理的职责 宏观上一手软, 一手硬 微观上星火燎原产品上市涉及的活动饱 产品命名受控宣传和受控销售 用户试用产品发布流程产品上市案例分析 新产品上市的“一五一” 产品销售 “一纸禅” 产品生命周期管理产品生命周期管理概述产品生命周期管理的主要工作产品经理负责的产品生命周期管理产品退市管理和生命周期切换 产品退市管理 新老产品生命周期切换产品经理如何管理整个产品团队产品管理的组织架构 产品管理的矩阵架构 矩阵架构的管理难点产品经理需要掌握的沟通技巧 将心比心 与领导沟通产品经理如何有效激励团队成员 描绘产品愿景, 赋予团队神圣使命 树立竞争对手, 激发成员求胜的欲望 规划成员职业方向, 激发成员进取心 有效运用绩效管理机制激励员工

## <<向华为学习卓越的产品管理>>

### 编辑推荐

浓缩华为产品管理最佳实践经验的精华本，帮助企业从单一产品开发聚焦到市场需求和产品系列规划上来！

企业中高层管理者，产品经理，研发团队负责人必读！

在做产品之前要先搞清楚客户需求，所以产品管理的第一个环节是产品需求管理：卢刚所著的《向华为学习卓越的产品管理》主要讲解怎么样收集、分析、确定客户需求，从而保证能够把客户需求原原本本地落实到最终的产品中。

全书最后介绍了两个和人员管理相关的议题：一个是产品经理如何管理产品团队。

<<向华为学习卓越的产品管理>>

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