

<<产品经理的20堂必修课>>

图书基本信息

书名：<<产品经理的20堂必修课>>

13位ISBN编号：9787115321121

10位ISBN编号：7115321124

出版时间：2013-9-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：徐建极

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>

<<产品经理的20堂必修课>>

内容概要

《产品经理的20堂必修课》以作者八年的产品经理工作实践为基础，通过系统的理论结合丰富的实例的方法，全面地总结了作为一名互联网产品经理所应掌握的知识。

《产品经理的20堂必修课》分为三大部分。

讲产品：深入剖析互联网产品成功的要素，分别从需求导向、简单原则、产品运营、战略布局等维度，分析如何让产品在残酷的互联网竞争中脱颖而出。

讲方法：着重分析优秀的产品团队运作的工作方法和程序，详细介绍产品经理应该如何分析用户需求，如何通过制作流程图、制作产品原型、撰写BRD、撰写PRD等方法，将抽象的产品需求具体化，以及如何做好项目管理，推动产品需求的快速实施。

讲技能：总结了产品经理开展日常工作的一些实用经验和技巧，包括如何用结构化发散思维解决问题，如何提升产品创新的效率，如何和团队成员高效沟通，如何正确地进行数据分析。

<<产品经理的20堂必修课>>

作者简介

徐建极，曾先后于阿里巴巴、大众点评网、盛大网络担任高级产品经理职务。

<<产品经理的20堂必修课>>

书籍目录

- 第1章 从用户需求出发 1
 - 1.1 以满足用户需求为目的 2
 - 1.2 核心需求决定了市场最大效果 3
 - 1.3 让核心功能满足人们的基本需求 7
- 第2章 围绕用户需求打造产品竞争力 11
 - 2.1 不同层次的用户需求 13
 - 2.2 围绕用户需求创造产品价值 15
- 第3章 为什么我们的产品总是失败 21
 - 3.1 我们往往做不到“需求导向” 22
 - 3.2 难以捉摸的用户需求 26
- 第4章 简单, 让产品更加锋利 29
 - 4.1 简单原则为什么重要 31
 - 4.2 如何将产品做得更简单 31
- 第5章 用运营构筑产品竞争壁垒 37
 - 5.1 围绕内容的运营 39
 - 5.2 围绕用户的运营 45
 - 5.3 产品运营的重要性 57
- 第6章 上兵伐谋, 求之于势 59
 - 6.1 上兵伐谋 61
 - 6.2 求之于势 62
 - 6.3 霸道进攻 63
 - 6.4 王道防守 70
- 第7章 互联网产品团队 75
 - 7.1 产品团队的关键角色及其主要职责 76
 - 7.2 不同的产品团队组织结构 80
 - 7.3 有生命力的产品团队 83
- 第8章 产品经理的工作职责 85
 - 8.1 产品策略制定 88
 - 8.2 用户需求分析 91
 - 8.3 产品功能规划 94
 - 8.4 产品功能开发 96
 - 8.5 其他可能职责 97
- 第9章 用户需求分析 99
 - 9.1 获取用户反馈 100
 - 9.2 将用户反馈解析为用户需求 104
 - 9.3 过滤无价值的用户需求 105
- 第10章 产品需求管理 109
 - 10.1 将用户需求转化为产品需求 111
 - 10.2 记录产品需求的属性和信息 112
 - 10.3 确定产品需求优先级 113
 - 10.4 跟踪产品需求进展 117
- 第11章 流程图制作 119
 - 11.1 制作流程图的目的 121
 - 11.2 流程图的基本要求 121
- 第12章 产品原型制作 127

<<产品经理的20堂必修课>>

- 12.1 产品原型的重要性 129
- 12.2 如何制作产品原型 132
- 第13章 商业需求文档(BRD)撰写 135
 - 13.1 BRD的主要作用 136
 - 13.2 BRD的面向对象 136
 - 13.3 BRD的主要内容 137
- 第14章 产品需求文档(PRD)撰写 145
 - 14.1 PRD的主要内容 146
 - 14.2 如何描述产品功能 149
 - 14.3 PRD的基本要求 153
 - 14.4 PRD基本模板 158
- 第15章 项目管理的主要步骤 161
 - 15.1 制订项目计划 163
 - 15.2 跟踪、控制项目计划的执行 173
- 第16章 如何提升项目管理效率 177
 - 16.1 严格控制产品范围 178
 - 16.2 构建良好的沟通机制和渠道 180
 - 16.3 不断激发团队战斗力 182
 - 16.4 加强项目风险管理 184
 - 16.5 做好每个项目的项目总结 186
- 第17章 结构化发散思维 187
 - 17.1 什么是结构化发散思维 188
 - 17.2 结构化发散思维思考的步骤 189
 - 17.3 结构化发散思维的优势 194
- 第18章 产品创新能力 195
 - 18.1 微创新的重要性 197
 - 18.2 创新发生的一些规律 199
 - 18.3 如何高效创新 203
 - 18.4 四个比较实用的创新技法 209
- 第19章 高效沟通技巧 215
 - 19.1 如何有效沟通 217
 - 19.2 如何消除沟通中的分歧 223
- 第20章 数据分析能力 229
 - 20.1 数据的作用 229
 - 20.2 数据分析的步骤 236

<<产品经理的20堂必修课>>

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>