

<<淘宝十年产品事>>

图书基本信息

书名：<<淘宝十年产品事>>

13位ISBN编号：9787121215728

10位ISBN编号：7121215721

出版时间：2013-10-15

出版时间：电子工业出版社

作者：苏杰

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>

<<淘宝十年产品事>>

内容概要

产品经理发展到一定阶段，再要成长，光靠学习一些知识、技能已经不够，必须通过经典案例来学习，而本书，就提供了小到页面细节、大到平台架构的丰富案例。
电商从业者，无法无视“淘宝”这个标杆的存在，本书可帮助大家做出更好的选择。
愿意思考的人们，也可以从“淘宝”这个产品，或者说社会现象、经济现象里，找到每天都能体会到的那些变化的原因，从而想得更明白，活得更通透。

本书细数淘宝成立十年来经历的重大变化，核心产品的设计，以及背后的思考，深挖到淘宝信奉的价值逻辑。

内容涵盖商品分类与管理；首页、List页等导购产品；搜索与导航；C2C、B2C、C2B等电商模式的演化；交易的前中后：如营销工具、购物车、订单、评价；旺旺；天猫、聚划算，等等。

适合产品经理、电商从业者及所有愿意思考的读者。

<<淘宝十年产品事>>

作者简介

苏杰，浙江大学硕士，2006年加入阿里巴巴集团，担任产品经理至今。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、大型活动、企业内知识管理系统等，现在负责阿里内部的创新孵化机制。

著有《人人都是产品经理》，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》等书，乔布斯《遗失的访谈》等视频。

曾在浙江大学开设《产品经理入门》选修课，并为企业提供《产品经理需求实战》的内训服务。

个人博客：iamsujie.com

新浪微博：weibo.com/iamsujie

<<淘宝十年产品事>>

书籍目录

第1章 引言：故事要开始了.....	1
初心：为啥会有这本书.....	2
本书的写作特色与局限.....	3
本书的主要结构.....	5
本书的产品定位.....	7
第2章 从“商品”说起.....	9
01. 一个买家的淘宝之旅.....	10
02. 产品经理都是分类控.....	14
03. 看似“完美”的类目+属性.....	17
04. 解决问题，而不是做产品.....	20
05. 谈感情，还是谈利益.....	23
第3章 “淘宝”就是导购.....	27
06. “淘宝”的由来与首页.....	28
07. “导购”到底是什么玩意儿.....	32
08. 被别人打败，不如被自己打败.....	35
09. 向超市学习，前后台类目拆分.....	38
10. 旧的新概念：SPU/SKU 及其他.....	41
第4章 “搜索”的启示.....	47
11. 从通用搜索到淘宝搜索.....	48
12. 效率与公平，买家与卖家.....	51
13. “阿基米德”与卖家的抗议.....	55
14. 从技术到业务，解决“局整矛盾”.....	60
15. 事关体验，导航的“皮子”与“里子”.....	63
16. 心态的修炼，从罚人到渡人.....	66
17. 从商品到产品，一站式的理想.....	70
18. 最懂你的搜索，精细化与个性化.....	73
第5章 “电商”还是商.....	77
19. 赚钱，从招财进宝开始.....	78
20. 电商参与商业的轻重程度.....	83
21. 从淘宝团购到聚划算.....	86
22. 淘江湖的遗产：无心插柳柳成荫.....	90
23. C2B 与预售，交易的未来.....	97
24. 指路明灯，聊聊数据产品.....	100
第6章 “下单”之前.....	105
25. 支付宝、交易系统的诞生.....	107
26. 购物车的救赎：促销和运费模板.....	113
27. 第一代营销工具，商户平台诞生.....	115
28. 第二代与第三代营销工具.....	120
29. 我的淘宝？ 是你的淘宝吧.....	125
第7章 “交易”之时.....	129
30. 纠结：到底何时减库存.....	130
31. 虚拟交易攻防战：从自动发货到直充.....	134
32. “拍卖”和“秒杀”，让人欢喜让人忧.....	136
33. 选择相信？	

<<淘宝十年产品事>>

卖家能不能拒卖.....	140
34. 终极“大统一模型”？	
交易平台化.....	144
第8章“付款”之后.....	149
35. 有关“货”的进化与退化.....	150
36. “售后保障”非小事.....	153
37. 评价系统的早期优化.....	158
38. 对“亲，给好评哦”的反思.....	163
39. 选择用户价值，有关申诉.....	166
第9章 淘宝体的“旺旺”.....	171
40. 贸易通与淘宝旺旺.....	172
41. 阿里旺旺的分分合合.....	178
42. 系统化思维，反垃圾的智慧.....	181
43. 顺“我”者昌，逆“我”者亡.....	184
44. 聊聊未来的移动与无线.....	189
第10章 以人为本.....	195
45. 别了，产品经理的能力模型.....	196
46. 产品经理练级攻略.....	204
47. 前辈谈产品与产品经理.....	206
48. 淘宝在产品经理培养上的探索.....	214
49. 给想转行做产品经理的同学.....	221
尾声：从《人人》到《产品事》.....	229
致谢.....	241

<<淘宝十年产品事>>

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>