# 产品经理新手必备图书推荐

来源：网络 作者：琴心剑胆 更新时间：2025-02-18

*第一篇：产品经理新手必备图书推荐产品经理新手必备图书推荐1.《人人都是产品经理》这是写给“-1到3岁的产品经理”的书，适合刚入门的产品经理、产品规划师、需求分析师，以及对做产品感兴趣的学生，用户体验、市场运营、技术部门的朋友们，特别是互联...*

**第一篇：产品经理新手必备图书推荐**

产品经理新手必备图书推荐

1.《人人都是产品经理》

这是写给“-1到3岁的产品经理”的书，适合刚入门的产品经理、产品规划师、需求分析师，以及对做产品感兴趣的学生，用户体验、市场运营、技术部门的朋友们，特别是互联网、软件行业。作为一名“4岁的产品经理”，作者讲述了过去3年的经历与体会，与前辈们的书不同，本书就像你走到作者身边，说“嗨哥们！晚上有空吃个饭么，随便聊聊做产品的事吧”，然后作者说“好啊”。书名叫“人人都是产品经理”，是因为作者觉得过去几年在做产品的过程中学到的思维方法与做事方式对自己很有帮助，而每个人也无时无刻在思考着同样的问题：“我们为了什么？在做什么事，解决什么人的什么问题？何时，和谁一起做？需要什么能力？”这些正对应了本书要说的几大话题：用户、需求、项目、团队、战略、修养。

2.《产品经理手册》

本书利用“核查清单”（协助评估各阶段的进展）、“企业案例”（讲述领先企业如何应对当今产品管理的挑战）、“专家访谈”（资深产品管理顾问和顶级产品经理向你讲述如何应对营销、生产、跨文化交流等问题），以及大量简明实用的图表，为产品经理提从了在变幻莫测的商业世界里成功进行产品管理的必备知识，包括：产品市场与客户分析、设计品牌化战略、确立并执行价格战略、锁定当前市场及新市场、开发、推出并评估新产品、管理现有产品及成熟产吕、创造并管理客户需求、使团队和团队成员达到最高绩效的方法、产品管理、品牌战略与全球产品管理的最新知识与方法，在产品日益复杂、全球竞争日趋激烈、顾客越来越精明的情况下，产品经理对于产品的成败会产生重大影响。《产品经理手》一书为读者提供了一个简单实用的范本，协助企业为客户提供更为优质的产品和服务，同时为企业创造长期价值。

3.《结网》

本书以如何创建、发布、推广互联网产品为主线，介绍了互联网产品经理的工作内容以及应对每一部分工作所需的方法和工具。为用户创造价值是产品经理的第一要务，产品经理的工作是围绕用户及具体任务展开的，本书丰富的案例和透彻的分析道出了从发现用户到最终满足用户这一过程背后的玄机。

本书面向现在正在从事及未来将要从事互联网相关工作的创业者和产品经理，也可以作为互联网产品策划人员或相关专业学生的参考书。新版完善了各章节，增加了优雅降级等内容，读者也可从中更深地去感受一名产品经理的感悟。

4.《YES！产品经理》从现在开始，做一名真正的产品经理，职场小说+专业工具，原Ucpm超人气连载，《泡面是如何泡成的》。

内容简介

《YES!产品经理(套装上下册)》是一本融合了经管、工具和职场小说特点的图书，作者是国内产品经理咨询界最有实力的团队。

《YES!产品经理(套装上下册)》以职场小说的形式全面介绍产品管理、产品经理相关的知识，所有的问答均放置在设计好的101个情节中，同时每一个情节之间也都有相应的联系，读者能够从具体的情节走向中不但了解到产品管理的完整知识，而且能够深刻感受到一个产品经理的现实工作状态，从知识点上来说，涉及基础理论、工具方法和企业实施，从目标读者来说，涉

及个人和企业。读者从具体的情节走向中不但能够了解到产品管理的完整知识，而且能够深刻感受到一个产品经理的现实工作状态。

《YES!产品经理(套装上下册)》面向的读者：产品经理，或即将成为产品经理，想了解产品经理的读者。

5.《产品经理手册》

本书作者是台湾政治大学企管所的高才生。他在毕业后即投身行销实务工作，有丰富的行销实战经验。本书是作者根据多年的亲身体验所撰写的一本专业书，内容融合行销理论与实务，涵盖产品经理的各个重要层面，并提供许多欧美地区、中国台湾和内地的实例，是一本非常实用的工具书。目前正从事或有志于产品行销工作的朋友，一定能从本书中获益良多。

产品经理责任重大，要能胜任产品经理的重任，常需具备扎实的行销知识，要有丰富的市场实战经验，也要有充沛的精神和体力。热卖，不是没有原因！想要你的行销策略成功吗?希望你的产品一炮而红吗?看看产品经理人都是怎样打造第一品牌，让产品卖翻天的。相信，你一定也可以！本书是作者根据多年的亲身体验所撰写的一本专业书，内容融合行销理论与实务，涵盖产品经理的各个重要层面，并提供许多欧美地区、中国台湾和内地的实例，是一本非常实用的工具书。

6.产品经理的第一本书（第二版）

本书是您不可或缺的指南！产品经理的职责是管理与其产品/服务线有关的大小事务，并整合企业各部门，凝聚焦点以使策略完整一致，在充分掌握市场需求的背景下协调产品上市的过程，使产品达到其最大价值，为企业带来长远的获利。

推荐购买中国第一部透视当今股票投资界的纪实体股市实战小说《操盘手》（花荣著)

推荐购买中国第一部可用于培训的精彩商战小说《输赢》（限量纪念版)(付遥著)赠可以听的光碟:中央人民广播电台小说连播

内容简介

想要成功执行产品管理吗？本书是您不可或缺的指南！产品经理的职责是管理与其产品/服务线有关的大小事务，并整合企业各部门，凝聚焦点以使策略完整一致，在充分掌握市场需求的背景下协调产品上市的过程，使产品达到其最大价值，为企业带来长远的获利。本书将告诉你，产品经理在策略规划与作业规划过程中所扮演的角色，教你如何评估产品组合，以及如何提案并成功开发新产品，以成为一个全方位的成功产品经理。无论您是产品经理、品牌经理，还是销售、营销或打造品牌的相关人员，本书都是你的最佳良伴。只要一书在手，将有效协助您完全剖析产品管理关键领域，提升企业获利率与竞争力。

7.《产品经理岗位培训手册》

产品经理需要扮演好技术人员、市场人员、销售人员、培训师、谈判专家等多种角色，才能在产品开发和管理的过程中协调好各部门之间的关系，使客户满意，成功将产品推向市场。本书从产品经理需要扮演的各个角色入手，全方位讲解各项具体工作中的管理方法和实操技巧。是产品经理迅速提高产品开发、管理和推广能力的优秀读本。

内容简介

本丛书具有以下三大特色：

1．实用性与有效性。本丛书力求实用，从岗位选择到具体的培训内容，都尽量贴近企业管理实际，贴近岗位工作实际，强调针对性和实操性；同时十分注重培训效果，要求受训者边学习边操

练，快速把知识转化为行动和工作绩效。

2．资深实战专家编写。特邀一批理论水平卓著，同时实践经验也非常丰富的一线专家执笔，充分保证内容的专业度和可操作性。

3．500强企业广泛应用。本丛书曾作为培训资料，在宝洁、可口可乐、丰田、大众、壳牌、沃尔玛等世界500强在华企业，及中石油、中国移动、海尔、蒙牛等国内著名企业中应用，是经过实践检验行之有效的岗位培训优秀读本。

本丛书所选择的岗位，既包括中国现代企业通用的基本岗位，如各部门的经理、主管、助理、专员等职能岗位，也包括如电信、房地产、酒店、餐饮、商超、服装等诸多行业的各类特色职能岗位，可以满足各级各类企业岗位培训的基本需求。

8.《神一样的产品经理——基于移动与互联网产品实践》

这是一本系统阐述移动与互联网产品从无到有、从有到优的产品经理实践案例著作。本书贯穿着“人如产品，产品如人”、“产品的根基和源泉来自现实生活”的写作理念，表达了产品的成功需要神一样的产品经理管理的观点。

本书由浅入深、循序渐进地阐述了产品经理、产品需求、用户体验、项目管理、产品运营和产品团队管理的内容，理论与实践相结合，尤以实践为重，每一项内容都使用了大量的实践案例，每一个案例都经过精挑细选，都具有很强的针对性，力求让读者深刻领会与产品相关的知识和技能，就算是零产品经验的读者，通过学习本书，也能掌握要领，做出优秀的产品。

本书适用于现在正在从事及未来将要从事互联网或移动互联网相关工作的创业者、产品经理、高级产品经理、产品总监、CPO、CEO、用户体验师、交互设计师、产品运营人员和项目经理等，也可以作为相关专业学生的参考书。

9.《 iPhone用户界面设计典型实例》

本收通过10名在Apple Store中名列前茅的应用开发者的现身说法，为我们揭开了iPhone开发的神秘面纱。从传统意义上说，这些杰出的开发者没有一位是真正的iPhone开发专家，甚至大部分都是第一次接触iPhone开发，《iPhone用户界面设计典型实例》中精彩的开发经历、界面设计思路都来源于这些开发者对于软件设计和人机界面的经验和深入的理解。从《iPhone用户界面设计典型实例》中，读者不仅能学习到iPhone开发过程中的许多经验，更重要的是能够对应用软件成功的关键因素有全新的理解——应用的成功最终取决于创意、人性化的界面带来的用户体验。

本书适合于对iPhone开发感兴趣的读者，也适合于开发各种应用项目的设计人员。

10.《网站设计解构：有效的交互设计框架和模式》

本书主要介绍了交互设计框架化体系结构的各个组成元素，并使用成功与不成功的网站作为案例，深入剖析了它们的功能以及工作原理，目的是解决Web项目中反复出现的三类问题：如何将高层面的程序目标转化为低层面的设计细节，如何创新，以及如何用低成本换来高回报。书中案例形象生动，语言诙谐幽默，是Web交互设计师必备的完整指南。

本书适合各层次Web设计人员和开发人员使用。

11.《众妙之门——网站UI设计之道》（The Smashing Book）

本书不包含链接列表或聚合的内容。本书包含了知名设计网站Smashing Magazine精心准备、精心编写以及精心编辑的内容，这些都基于Smashing Magazine读者的建议和意愿。全书共分十章，前八章讨论了和网站UI设计相关的八个不同的领域，覆盖面非常广，具有很强的操作性和专业性，全书逻辑严密、言简意赅，设计人员可以快速地找到自己想要的东西。第九章以访谈的形式介绍了多位专家对一系列重要问题的看法，入木三分，很有启发性。第十章以讲故事的方式，把Smashing Magazine杂志的创办和发展过程娓娓道来，同时毫不保留地分享了两位创始人的成功秘诀和价值观，让人受益匪浅。

12.《众妙之门——网站UI设计之道2》

《众妙之门(网站UI设计之道2)》包含了知名设计网站Smashing Magazine精心准备、精心编写以及精心编辑的内容，这些都基于Smashing Magazine读者的建议和意愿。来自全球的知务设计师无私地分享了他们多年积累的宝贵经验。书中涵盖了网站UI设计相关的不同的领域，覆盖面非常广，具有很强的操作性和专业性。全书逻辑严密、言简意赅，设计人员可以快速地找到自己想要的东西。

13.《UI进化论——移动设备人机交互界面设计》（配光盘）（包含概念规范和流程内容详实配有视频让你迅速进入职场互联网产品设计最佳读本）

本书内容涵盖交互设计与界面设计的基本概念、设计规范和工作流程。由于这是一本以实际工作案例和工作经验为主的书，一开始着力介绍目前最新发展的交互手段和使用场所，当然是以移动手持设备为主。作为设计师，一定要关心如何将这些创意产品化。接下来介绍如何正确地将一个设计想法变成产品。产品化的过程中，用户体验设计是相当重要的，由于UCD设计思想的广泛使用，本书重点研究并分析用户体验设计的可行性和方法。视觉设计是普通大众直接接触产品设计核心的介质，本书将使用初级→高级→复合型的综合设计案例介绍如何设计出让人喜爱的视觉作品。最后，还说明了一些产品的完整设计案例，展示一个移动手持设备交互和界面设计的全过程。

本书不但有大量的文字内容，也有配套的DVD光盘，其中包含了作者录制的设计视频教学和本书操作实例素材及最终文件。

本书适合移动UI设计师迅速进入职场角色，也可供平面设计人员、交互设计人员和对UI设计感兴趣的读者阅读和参考。

**第二篇：产品经理**

产品经理情况调查报告

随着时间与科技的发展，中国银行业竞争格局也在不断发生变化，商业银行不但要面对国内外同业竞争，还迎来了电商极大的冲击和挑战，如阿里巴巴的余额宝、苏宁的零钱宝、京东的小金库等。无论是面对同业还是外界挑战，要想在激烈竞争获得不败之地，那么必须要不断进行改革与创新，于是乎我行进行了三综合改革。在改革中，我行内部运用而生了一支产品销售经理队伍，他们致力于产品的营销、签约、及维护，为市场、为客户提供个性化、差异化的优质服务。

一、我支行产品经理履职情况

我行产品经理起步相对较晚，“产品经理”一词真正耳熟能详是在三综合改革后，像一些商业银行或大型国企，品牌战略早已成为发展的重要方向，对产品进行准确定位和细分，全面整合各种现有资源，为产品的销售创造良性循环而培养忠诚客户群的职业经理人--产品经理。尽管如此，随着三综合持续推进，我支行全力整合人力资源，三个网点产品经理均履职到位，不再是由高柜柜员兼任，形同虚设。他们年轻，积极，进取、求知欲强，富有斗志和激情，在实际工作中也早已进入角色，真真正正发挥产品经理在三综合营销团队中的桥梁纽带作用。

二、产品经理一职设立带来的变化 1.提高了员工的价值观。

产品经理从柜台解放出来，让其能学习更多的知识和业务，加上工资与产品绩效挂钩，这都充分调动了员工的营销热情、工作的积极性和主动性，发挥其在营销团队中的中坚作用，使员工感受到自我价值的存在，做到各尽其才，尽其所用。

2.缩短柜台排队等候时间，提高网点服务质量。

在日常客户分流中，产品经理会负责一些小额现金或非现金复杂业务，让高柜柜员能快速办理存取款业务，这样大大减少现金业务排队等候时间。

3.内外联动，充分发挥团队合作精神。

三综合实行后，产品经理真正发挥了营销团队中的桥梁作用。柜台一旦发现商机，第一时间转营销给产品经理，由产品经理专人对进行客户全面跟踪服务和营销，不但给客户带来了个性化、差异化的优质服务体验，也使得整个网点团队内外、上下形成了一个良性的互动，将团队精神发挥的淋漓尽致。

4.客户细分，将业务做细、做深、做强。

三综合后，柜员都会给客户填写一张客户专属卡，再转交给客户经理和产品销售经理，由客户经理和产品经理进行细分归类，并进行全面的跟踪和维护。虽然此项工作刚刚起步，持续推进难度大，效果也不能一时马上显现，但只要我们努力，持之以恒，为“客户提供个性化差异化优质服务，满足客户不同的需求”的初衷不变，我们定能将业务做细，做深，做大，做强。

三、产品经理风险点及防控措施 1.印章及现金容易丢失。

产品经理岗位设置在开放式柜台，没有防弹玻璃保护，跟客户可以说是零距离的接触，在办理业务的时候，只要稍不注意，印章或现金极容易被客户拿走或偷走。所以办理业务时，一定要提高警惕和防范意识，印章和现金应该摆放在隐蔽处如抽屉或保险箱，远离客户视线，而不是直接摆放柜台，用完马上摆回原处。切勿将印章供客户玩耍，切勿将大额现金过于暴露于客户眼皮底下。2.监管的漏网之鱼，加大违规操作风险。

由于产品经理需要的重空、现金较少，加上又是在开放式柜柜台，网点负责人、主管往往将注意力放在高柜柜员，产品经理便成了监管排查的落网之鱼，让员工的不法动机有机可乘。所以在日常工作中，一定不能疏于对产品经理岗的监管和排查。3.绩效压力大，有可能走上非法营销。

因为工资与产品绩效挂钩，这无疑又加大了产品经理的工作压力。当工作指标不佳时，难免会出现负面抵触的情绪，严重时，可能会出现为了追求效益，铤而走险进行非法营销的现象。所以我们一定要建立宽松适宜考核体系，此外还需多与团队沟通，及时发泄负面情绪。

四、产品经理岗位建议

1、选对人、用好人。

在人选选拔上，应该挖掘一些真正想干事、能干事、会干事的人充实到营销队伍中来。真正做到以岗定人，以人定责，进行调整，用其所长，尽其所能，突出业绩导向，更好地发挥个人潜能。

2、加强人才的培养。

产品经理是个工作内容复杂，专业难度高的岗位。他不但要精通熟悉银行内各项业务，更需具备营销、分析、沟通、人际的综合能力。要想其能愉快胜任本职工作，必须加强产品经理的培养。通过培训不断提高产品经理的基本素质和基础技能，使之更好地胜任工作，提高产品营销能力。

3、加强与产品经理的沟通。

产品经理的工作压力在今后工作中会不断加大，沟通有利于产品经理情绪的表达和释放，这不但让产品经理表达自己工作的挫折感，也会让其感受到团队的存在，满足情感社交的需求。

4、升级办公硬件。齐备的办公设备，会让产品经理提高办事效率，达到效能最大化。但我行设备往往过于老化，设备往往不齐。就拿最起码办公电脑都是反反复复修理，在办公时时往往中途出现故障，严重影响产品经理业务的办理。

**第三篇：产品部经理**

产品部经理

招聘资料

招聘职位：（产品部经理）

任职资格：有丰富的行业经验，为人仔细，做事严谨，能够很好的和下属员工及时沟通，协调各部门工作。

岗位目的:

1、调查客户需求，竞争状况和市场潜力；

2、根据客户需求设计产品；

3、生产进度的控制；

4、做好公司产品的宣传介绍；

5、产品相关信息的总结发布；

6、对各种产品的市场生命周期有一定的掌握能力。

学历要求：年龄27周岁以上，大专以上学历，服装类相关专业毕业。

计算机技能要求：能熟练操作各种办公软件。对CAD,PS等软件要有一定程度的了解，最好能独立使用。

优先录取条件：具有大中型服装企业相同岗位经验优先录取

能力要求：能独立思考，在同类竞争中，有创新的发展公司品牌，在做好本职工作的同时，应不断发现生产中存在的隐患，提高生产效益，提升产品品质，开拓更广大的市场。

工作责任：

1、负责部门内部工作流程的编制与优化，包括部门职责的定位和描述；

2、负责大生产产品工艺和流程的审批、优化与执行；

3、负责各项质量技术标准的确定（包括大生产面、辅料的质检标准），加强内部工作规范，提高内部工作效率，从而提升公司绩效；

4、具备大中型服装企业五年以上服装工厂及服装产品实际管理操控经验；

5、对品质管理有独到的见解，并且能在实际工作中融入提升品质的理念；

6、对出现问题的产品及时跟踪，总结原因，并做好相应记录，提出解决方案；

7、开发新产品，满足各种客户需求，并且能安排好生产进度。

**第四篇：产品经理个人简历模版**

个人简历

★ 基本信息







★ 个人信息

姓名：











★ 联系方式

联系方式：

电子邮箱：

★ 自我评价

从事过软件、互联网和移动增值方面的产品经理，相对于单一行业的产品经理而言，接

触面更广，视野更宽阔，在规划和设计产品的时候能够更具有发散性。性别：出生日期：现居住城市：籍贯：身体状况：X 年国内著名通用软件公司产品经理工作经验；X 年国内知名电子商务网站产品经理工作经验；X 年国内知名web2.0网站产品经理工作经验。

在两个公司从事过产品管理体系的建立，更具有规范产品管理的思想和能力，能够很好的进行产品管理。

和软件开发团队、互联网开发团队、移动增值开发团队都进行过产品组的合作，因此，能够很好的根据团队特点进行产品开发的协调和管理。



★ 工作经历

XXXX 年XX 月－XXXX 年XX 月

XXXX 有限公司XXXX 事业部产品经理

XXXX 年XX 月－XXXX 年XX 月

XXXX 有限公司XXXX 产品部产品经理

XXXX 年XX 月－XXXX 年XX 月

XXXX 有限公司XXXX 产品部产品线经理

XXXX 年XX 月－XXXX 年XX 月

XXXX 有限公司XXXX 产品部产品经理

★ 工作职责（以下职责仅供参考）





市场调研：对产品趋势，竞争对手等内容进行调研，为软件的规划和设计提供依据需求分析：根据数据分析用户需求，确定软件开发方向产品规划：根据公司的整体产品策略对负责的产品（线）进行周期规划……











产品设计：根据用户需求，对软件进行功能设计产品管理：对自己负责的产品（线）进行质量，版本管理资源整合：就在开发过程中需要的对内对外资源进行统一管理监督协调：对产品开发进行监督和协调市场推广：参与制定市场推广方案，对销售部门进行产品培训，参与市场推广文档工作：完成各阶段产品相关文档的撰写，如《需求分析文档》、《产品设计文档》、 《技术白皮书》等；

★ 工作业绩

XXXX 公司

参与了XXXX 的设计工作，负责XX、XX、XX 模块

参与了XXXX 的设计工作，负责XX 模块

负责XXXX 的产品管理

参与了XXXX 系统前期的设计工作

XXXX 公司

主导设计了XXXX

XXXX 公司

参与了XXXX，XXXX 的规划

负责XXXX 的前期需求调研

负责XXXX 的设计

……

★ 个人能力（以下职责仅供参考）











良好的产品规划，设计和管理能力，熟悉产品管理全部流程，对产品管理有自己的见解。带领过产品团队，具有团队管理能力。熟悉软件和互联网相应的技术。英语良好,能阅读一般的技术性文章。学习能力强,思维活跃，能够很快熟悉相关的业务知识。……

★ 教育背景

毕业学校：

学历：

专业：

版权归中国产品经理联盟所有，欢迎大家使用！

**第五篇：产品经理工作手册**

产品经理的工作是最具挑战性的工作之一

产品经理职责描述

产品经理的全部责任在于通过了解不断变化的市场需求和优化产品推向目标市场的全过程，将企业的不同组成部分凝聚成一个战略上一致集中的整体，同时将一项产品的价值最大化。产品经理的全部职责在于使企业的不同部分融合成一个战略上的整体，通过使公司和市场需求预测相一致，达到产品价值的最大化。

产品经理不仅要管产品，还要管项目和流程。

产品经理的三个能力

1、对市场的准确把握能力

符合用户需求的产品定义、合理的价格、有效的销售及市场建议；

2、有效推动项目实施的能力

熟悉组织结构和制度、熟悉合作人员、把握项目关键、熟悉项目细节；

3、有效沟通能力

想清楚、说清楚、听清楚、做清楚，使团队“劲往一处使”；

产品经理的素质要求

产品经理的特制包括创新态度、领导力和自信，而后天习得的能力包括组织能力、时间管理能力和交际能力。同时精通销售和技术也非常重要。

产品经理是一个总揽全局的角色，他必须依靠许多专家产品和服务介绍给顾客。使用内部团队意味着产品经理可以不必非常精通这些领域，但是对产品经理的管理水平和协调能力要求就较高。

产品经理的学习过程

具有明确责任的产品经理，最初必须具有有关公司产品的特定知识。随着工作经验和责任的增长，知识培养的重点转移到各种职能领域，例如财务分析、促销、价格设计、新产品开发和战略性销售。当其责任提高到一个更高的水平时，管理技巧就上升到第一位。

产品经理必须学习如何创建一个团队，达成一致，谈判协调，评估业绩和处理人际关系。产品经理的时间管理

战 略 15%~25%

短期工作 20%~30%

日常工作 40%~55%

产品经理在组织中的角色描述

（1）研发

——产品经理应该完全代表顾客的利益，相当于一个用户及市场的专家角色。

研发部门是行业技术专家，产品经理虽然具有一定的行业知识，但应该清醒地知道何时干预、何时深入。产品经理应该作为产品专家参与研发的合作过程，产品经理必须花大量的时间收集和归整有关产品、顾客和竞争对手的信息。

对产品经理的要求：

产品经理熟悉竞争对手产品，熟练使用和接触同类产品和自有产品。

产品经理必须密切和项目经理协作，参加各种例会，熟悉产品的开发流程和时间表。

产品经理必须主动学习新技术，触发新产品开发的创意，根据市场的发展趋势，努力把新技术应用于已有的产品和将要开发的产品。

（2）运作

——产品经理对产品利润直接负责，产品经理要配合销售人员完成销售目标，同时达到一定的市场规模。

在销售初期，产品经理要为销售人员提供产品培训和销售手册等工具，同时为销售人员建立成功的销售模式和渠道模式。

制定合理、高效、及时的产品价格政策和市场策略

对产品经理的要求：

产品经理要重视渠道、销售终端的问题反馈。从销售队伍中获取市场信息和用户信息。每周产品经理要花25%左右的时间去和销售人员，或潜在用户直接面谈或电话沟通，了解并总结。

（3）经营分析

——产品部作为利润中心，产品经理必须担负起进行产品成本预算和销量统计、预测，从而达到公司预期的利润和市场规模。

具体的负责经营分析包括：成本预算、销售量的监控、利润监控、价格体系的制定与维护等。

（4）市场推广

——产品经理决定产品的市场定位和目标市场的描述。

产品经理可以与市场经理合作，负责把这种定位通过有效的途径传给消费者。

产品经理必须对各种促销活动有一定的了解，并在营销计划中根据产品特点制定相应的市场推广建议。

总结：

产品经理要熟悉竞争对手产品、类产品和自有产品。

产品经理要密切和项目经理协作，参加各种例会，熟悉产品的开发流程和时间表。产品经理要主动学习新技术，触发新产品开发的创意。

产品经理要重视销售人员的问题反馈。每周产品经理要花一定的时间去和销售人员、潜在用户沟通，了解总结。

产品部作为利润中心，产品经理必须担负起进行产品成本预算和销量统计、预测，从而达到公司预期的利润和市场规模。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！