

产品管理
与运营

系列丛书

HZ Books
华章科技



互联网产品 修炼手册

刘显铭◎等著

THE HANDBOOK
FOR PRODUCT MANAGER

互联网产品领域的标准教科书

源自阿里和腾讯的12位资深产品专家
对内部产品知识体系的总结



机械工业出版社
China Machine Press

产品管理与运营系列丛书

互联网产品修炼手册

刘显铭 等著

ISBN: 978-7-111-56559-8

本书纸版由机械工业出版社于2017年出版，电子版由华章分社（北京华章图文信息有限公司，北京奥维博世图书发行有限公司）全球范围内制作与发行。

版权所有，侵权必究

客服热线：+ 86-10-68995265

客服信箱：service@bbbvip.com

官方网址：www.hzmedia.com.cn

新浪微博 @华章数媒

微信公众号 华章电子书（微信号：hzebook）

目录

前言

第1章 产品经理的基础素养

第1节 产品经理的起源

第2节 产品经理工作流程及职能

立项阶段

设计阶段

实现阶段

上线运营

第3节 产品经理的6类干系人

交互设计师

界面设计师

项目经理

开发工程师

测试工程师

运维工程师

第4节 产品经理需具备的11种能力

7个硬实力

4个软实力

成功意愿

沟通协调

逻辑推理

学习能力

本章小结

第2章 产品经理的用户洞察

第1节 辨别用户的真需求与伪需求

第2节 用户需求分析方法：定性研究与定量研究

什么是定性研究？

什么是定量研究？

定性/定量研究的主要手段

第3节 定性研究4步法

第1步 准备

第2步 介绍

[第3步 访谈](#)

[第4步 总结](#)

[第4节 定性研究应用：挖掘用户真实需求](#)

[持续询问才能问出真实需求](#)

[5WHY询问法](#)

[分析用户故事背后的真相](#)

[整理用户故事背后的需求](#)

[第5节 定性研究案例](#)

[第6节 定量研究4步法](#)

[第1步 沟通准备](#)

[第2步 设计问卷](#)

[第3步 发布回收](#)

[第4步 分析总结](#)

[第7节 结论呈现及应用](#)

[用户画像分析](#)

[用户特征/规模分析](#)

[用户需求/痛点分析](#)

[产品行为分析](#)

[内容偏好分析](#)

[本章小结](#)

[第3章 产品经理的市场思维](#)

[第1节 关于市场分析](#)

[第2节 市场分析3步法](#)

[第1步 明确定位找竞品](#)

[第2步 量化成果找数据](#)

[第3步 分析亮点找差异](#)

[第3节 市场分析的5个维度及其呈现](#)

[维度1：产品背景](#)

[维度2：行业大盘](#)

[维度3：用户研究](#)

[维度4：产品比对](#)

[维度5：执行策略](#)

[第4节 案例解析：同志社交App市场机会分析](#)

本章小结

第4章 产品经理的交互设计

第1节 交互设计概述

什么是交互设计？

好交互和坏交互

5款产品的交互设计简评

第2节 产品经理懂交互设计的3个好处

能更好地与交互设计师沟通

对一个好产品和一个差产品有最基础的审美

帮助产品经理梳理产品的逻辑框架

第3节 交互设计动手实践

Axure快速上手

移动App的交互设计

PC端的交互设计

第4节 以用户为本的交互设计原则

原则1：以用户为出发点

原则2：考虑用户场景

原则3：尊重用户习惯

原则4：结合产品阶段

第5节 一些交互设计原则和技巧

加强设计的可用性——让设计改善用户的操作效率

帮助人们从设计中学习——让设计符合用户的记忆规律

本章小结

第5章 产品经理的文档撰写

第1节 必须了解的3类需求文档

第2节 需求文档详解

需求文档的5种作用

关注需求文档的7类人及他们的关注点

撰写需求文档常用的5种工具软件

撰写需求文档的注意事项

第3节 撰写需求文档的5个步骤

第1步 全局结构罗列：产品结构及全局模块规划

第2步 功能结构拆解：功能构成及按级拆解展示

第3步 用户流程梳理：模拟用户流程及交互逻辑

第4步 产品原型展现：交互及视觉展现表达

第5步 需求文档撰写：需求细节及规范的制定

第4节 标准需求文档的8个模块

第5节 撰写的4个要点及原则

流程完整，注意分支

层次清晰，先大后小

图表结合，描述准确

异常情况，切记考虑

本章小结

第6章 产品经理的迭代思维

第1节 什么是敏捷迭代

瀑布模型

从瀑布模型到敏捷迭代

敏捷迭代的优势

第2节 敏捷迭代的研发流程

研发团队的组织架构

研发流程

第3节 敏捷迭代的产品规划

版本规划“4步法”

产品生命周期的3个阶段

第4节 产品经理会在项目中遇到的3个问题

本章小结

第7章 产品经理的技术基础

第1节 产品经理学习技术的4个必要性

有效预判

协同工作

问题定位

持续学习

第2节 8类主要的技术人员

前端开发工程师

HTML5开发工程师

客户端开发工程师

[终端开发工程师](#)

[后台开发工程师](#)

[全栈工程师](#)

[运维工程师](#)

[测试工程师](#)

[第3节 5种常见的软件类型](#)

[C-S产品](#)

[B-S产品](#)

[Native App产品](#)

[Web App产品](#)

[Hybrid App产品](#)

[第4节 5大类技术名词解析](#)

[常用名词](#)

[前端常用名词](#)

[终端常用名词](#)

[后台常用名词](#)

[测试常用名词](#)

[第5节 8个常见技术问题](#)

[第6节 与技术人员沟通的5个要点](#)

[本章小结](#)

[第8章 产品经理的数据分析](#)

[第1节 数据的基础认知](#)

[数据分析的工作应用](#)

[数据分析的目标梳理](#)

[数据分析的常用工具](#)

[第2节 数据的采集整理](#)

[数据采集](#)

[数据整理](#)

[第3节 数据的分析方法](#)

[对比分析法](#)

[交叉分析法](#)

[下钻分析法](#)

[A/B测试](#)

聚类分析法

第4节 数据的展示呈现

数据表达要点

图形使用方式

本章小结

第9章 产品经理的沟通技巧

第1节 产品经理的5个沟通特征

相关角色多

无明确授权

沟通频次高

涉及范围广

交流场景杂

第2节 产品经理的沟通方法论

5W1H分析法的沟通实践：快速高效的沟通指导法则

金字塔原则：梳理思维逻辑，提升沟通效率

第3节 5个沟通的技巧&案例

一天三催，有效推动

积极主动，勇于试错

沟通不息，有始有终

注意倾听，重视反馈

人事分离，有理有据

本章小结

第10章 产品经理的招聘与面试

第1节 产品经理面试流程——6个环节

第2节 简历是面试的敲门砖——好简历的要素与切入点

好简历的3个要素

好简历的内容切入点

第3节 面试的5个环节及其考核的能力

笔试

群面

专业初试：5项能力

专业复试：4项能力

HR面试：3个方面

第4节 面试前的3项重要准备工作

职业技能

良好心态

动态背景了解

第5节 关于“霸面”

本章小结

前言

为什么要写这本书？

之所以会组织一群互联网精英和我一同来撰写这本书，源于我的两个身份：

第一个身份，我是一个互联网产品人。11年前幸运地在对的时间进入了对的行业、对的企业——最初的腾讯和后来的阿里。在这里我领略了中国互联网最精华的思想，学会了行业技能、收获了超前于我这个年纪该有的社会地位，进而也成就了现在我的很多思想和价值观。

第二个身份，我是一个行业讲师。2008年腾讯出于组织壮大的考虑，大力研发互联网课程体系来培养海量的互联网新兵，因为这个机遇我走上了讲台。离开腾讯时自己扒扒手指算，骄傲地发现现在腾讯这8年我为十分之一的腾讯人讲授过课程。而这些年，我不光为大企业培养行业人才，同时也有机会走出去接触更多的企业，从而能和大量从业人员、学生进行交流。

这两种身份，让我看到了：

互联网的重要性——她一直以来不断地改造着这个世界，已经翻天覆地；

互联网的必要性——她未来仍将极大地改造这个世界，且变得不可或缺；

互联网的稀缺性——大量企业是如此地渴求互联网人才，稍有互联网经验的初学者身价顿时变得不一般，而多数企业用高薪依然难以招到符合要求的产品人。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《互联网产品修炼手册》刘显铭 著.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/4424.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

