# 成功的产品经理培训感想

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-09-01

*第一篇：成功的产品经理培训感想技术强未必能成功——《成功的产品经理》培训感想近日，中心组织了一次《成功的产品经理》高级培训，我有幸参加了此次培训，感觉受益匪浅。总结一下就是，“走出了一个认识误区，获得了几点成长经验”。在此前的很长一段时间...*

**第一篇：成功的产品经理培训感想**

技术强未必能成功

——《成功的产品经理》培训感想

近日，中心组织了一次《成功的产品经理》高级培训，我有幸参加了此次培训，感觉受益匪浅。总结一下就是，“走出了一个认识误区，获得了几点成长经验”。

在此前的很长一段时间，“产品经理”这个词给我的概念就是负责市场的，类似于一个产品前期需求调研和后期推广支持的负责人。该负责人需要时常与客户和研发人员联系，以便从客户那获取新的需求并通知研发人员修改，产品发布后，要进行该产品的业务支持和推广工作。

现在在我看来，“产品经理”应该是一个产品的总负责人。他首先应该对产品的市场成功负责，保证产品符合市场需求，使产品在质量、成本、进度、功能、服务以及品牌等方面具有相当的市场竞争能力，说白了就是使该产品的“可买点”尽量得多；其次要对产品全流程负责，包括产品的需求、开发、推广、生命周期各个过程，不能只重视技术；再次要协调与资源部门的接口关系，保证信息交流和信息共享，使得整个团队不断发展，共同前进。市场是产品经理关心的第一要素，也是最关键的。如果一个产品市场定位错了，即便你技术能力再强，做出的产品也无法赢得客户认可。很多产品不是输在了技术上，而是输在了开始也就是市场定位上。就拿即时通讯软件来说吧，目前做得比较好的有腾讯QQ、MSN、Skype、阿里旺旺等，这取决于它们的市场定位非常成功，QQ定位于娱乐，MSN定位于工作商务，Skype定位于语音，阿里旺旺定位于电子商务和交易，而新浪UC，网易泡泡，百度Hi等虽然做得非常好，但是用户量不大，究其原因就是市场定位这块做得不够。其次，产品经理要充分重视客户的具体需求，做出的产品要么能帮客户盈利，要么能帮客户降低成本。这就需要对客户的需求细分细分再细分，使得产品能在竞争激烈的行业中脱颖而出，并占据一席之地。沈南鹏创办的如家快捷酒店就是一个非常好的例子，他将客户对酒店的需求细分为以下几个方面：价格、房间的安静程度、卫生情况、床的舒适度、有无家具和其他设施、能否接待别人、房间大小、有无休息室、美观、用餐的便利程度。经过分析，他发现很多星级酒店都对后面几个需求做得质量比较高，但这对于很多出差的人来说是没有必要的。于是他着重对房间的安静程度、卫生情况、床的舒适度方面狠下功夫，降低了价格，于是该酒店获得了巨大的成功，在全国很多城市都开了分店。

再有，产品经理要对产品的全流程进行统筹把握，而不能只强调技术压倒一切。每一个阶段都要有具体的规范，在阶段的转换点要进行严格把关。尤其是产品开发测试完成准备发

布的时候，要对宣传书进行仔细设计，要求既能全面地阐述该产品的“可买点”，又不能长篇大论、泛泛而谈。这一点非常重要，有的时候感觉产品做出来了，也觉得做得比较好，但是推广了一阵子感觉没什么效果，就是这个原因。

最后，产品经理要能调动各个部门，共同为该产品服务。这就要求产品经理要有比较高的组织协调能力以及团队合作能力，把大家引到“一切为了产品”这个主线上来。

可见，一个产品的成功光靠好的技术是远远不够的，需要调动一切积极因素，多手抓，多手都要硬，这样才能取得最后的成功。

一天半的培训很快就结束了，感觉时间稍短了点，感谢部门提供给我这个培训的机会，也盼望今后能参加更多类似这样的培训。

总体设计部彭振

2024-11-5

**第二篇：成功的产品经理**

成功的产品经理

开课时间：

2024年8月30-31日 上海 | 2024年8月25-26日 北京 | 2024年9月19-20日 北京 | 2024年9月26-27日 深圳 | 2024年9月22-23日 杭州 | 2024年11月10-11日 北京 | 2024年11月07-08日 上海 | 2024年12月08-09日 深圳 | 2024年12月05-06日 厦门 | 2024年1月09-10日 上海 | 2024年1月05-06日 北京 |-------------------------《成功的产品经理》课程纲要(曹老师主讲)

● 课程背景

2024年一场金融风暴席卷全球，大量的工业企业倒闭关门，大批员工失业。在这场金融危机中我们发现还是有很多企业不但没有倒下，反而更加高速成长，其中一个重要的原因就是这些企业构建了成功的产品管理体系，培养了优秀的产品经理，能够组织团队开发出具有竞争力、满足客户需求的产品。公司在冬天更应该加强自己内功的修炼来应对危机，同时迎接春天的到来。

当一个企业从单一产品线向多产品线跨越的时候，必须突破的一个瓶颈就是公司产品经理的培养，因为产品经理是公司价值链中最重要的一个环节，是直接面向客户、带领团队创造价值的领军人物，因此产品经理个人及其所率领的团队的能力往往决定了该产品在市场上的竞争力。业界大量公司在构建产品管理体系和培养产品经理的过程中常见如下困惑的问题： 1.产品经理该如何定位？究竟定位于研发还是定位于市场？ 2.产品经理和项目经理有什么区别？如何作好分工？

3.产品经理究竟应该具有什么样的素质模型？谁来承担比较合适？ 4.产品经理如何参与产品的市场管理流程？如何从源头来规划产品？ 5.如何推动产品开发全流程的工作？

6.如何协调产品的市场管理、开发管理、财经管理之间的关系？ 7.产品经理如何管理产品团队？

8.公司如何建立产品经理的培养体系以成批培养产品经理？

„„

本课程在过去4年讲授的基础上作了大量的更新，结合业界成功公司在产品经理培养和管理上的一些教训和经验，针对以上难题进行深入的讲解，并总结出如何建立公司的产品经理资源池来批量培养成功的产品经理，实现公司规模化的扩张。● 培训收益

1.分享讲师数百场研发管理培训的专业经验，通过现场的互动帮助学员理清适合自己企业的 产品管理的思路和产品经理的培养方案

2.分析业界公司在产品经理培养和管理中的误区，并分享成功经验 3.了解产品经理的定位、职责、素质模型与任职资格标准

4.理解新产品市场管理、路标规划、需求管理的流程及支撑体系 5.掌握新产品开发的过程管理的技巧和方法

6.掌握新产品上市管理的技巧和方法，总结保证产品商业成功的关键

7.学会如何打造一个成功的产品团队，如何管理产品团队的绩效和冲突处理 8.学会如何建立产品经理的培养体系――资源池

9.分享讲师几十个咨询项目的产品管理和产品经理队伍建设的案例资料（模板、表格、样

例„„），帮助学员制定Action Plan，使得学员参训后回到自己的公司能够很好实践。● 讲师资质 曹老师

Charles 研发咨询资深顾问 国际系统工程师联合会会员 ■专业背景：

十几年高科技行业从业背景，丰富的研发管理咨询经验，在国内某大型知名企业工作近10年，主持和参与过多个大型产品的研发工作，先后担任过开发工程师、项目经理、产品经理、新产品导入部总监、研发项目管理部总监等职位。在任研发项目管理总监期间，成功组织建立了适合当时情况的研发流程管理、项目管理、技术管理体系。并作为核心组成员全程参与了集成产品开发变革项目，与IBM顶尖咨询顾问一起工作了四年。全面负责了集成产品开发管理变革项目在某产品线的具体流程落地和推行工作，对整个管理变革项目的成功起到了至关重要的作用。后又与IBM顾问合作，成功主导了功能领域能力提升项目――新产品导入流程与平台的建设；在国内某大型知名企业工作期间，经历了该公司研发管理从不规范到规范化的整个过程，熟练掌握将国际先进的研发管理经验与中国企业实际情况相结合来构建研发管理体系的方法。后应某知名通讯公司的邀请，以顾问的身份进入该公司的技术中心主导研发管理体系、研发IT规划、MARKETING管理体系的平台建设工作。■研发管理咨询经验：

从事研发管理咨询工作以来，作为项目总监成功的主持了格林威尔、广州威创日新、某电子科技集团研究所、国人通信等数十家企业的产品规划流程体系设计、试验局流程设计、知识管理体系设计、中试业务管理体系梳理、研发IT规划、研发项目管理体系设计、研发质量管理体系、研发绩效管理体系设计、研发KPI体系设计等方面的管理咨询项目。■研发管理培训经验：

曾在各地多次举办研发质量管理、研发项目管理、新产品开发流程优化与管理、从样品走向量产等公开课，为数千家企业提供了研发管理公开课的培训，为数百家企业进行了研发管理的内训；从事研发管理咨询工作以来，作为项目总监成功的主持完成了数十个研发管理咨询项目体系的建设，有着丰富的研发管理咨询经验，涉及的行业包括通信、软件、家电、电信运营商、芯片、医疗器械、交通运输等，帮助这些企业建立高效、完备的研发管理体系，对中国企业研发管理体系及创新体制有着深刻的研究和理解，受到客户的高度评价。

● 课程内容

一、案例分析：某案例公司成长的烦恼 1.企业成长过程中存在的问题 2.产品经理成长的三个步骤

3.实现角色转变过程中的痛苦蜕变 4.成功的产品经理给公司带来的收益

5.实例讲解：业界某公司产品经理培养的过程和经验分享

二、产品经理的定位、职责与素质模型

1.业界公司在产品经理管理方面存在的误区 2.产品经理和项目经理的区别 3.产品经理的定位及工作职责

4.前端产品经理＆后端产品经理的划分

5.实例讲解：产品经理在公司组织体系中如何运作 6.如何理解产品经理应该是一个“政治家” 7.成功的产品经理应该具备的能力 1)特征一：市场管理能力

2)特征二：产品开发管理能力

3)特征三：产品的上市管理能力（商业能 力）4)特征四：跨部门的团队管理能力 5)特征五：领导力和人格魅力 8.产品经理的素质模型 1)应该具备的知识和技能 2)任职资格标准

3)产品经理的资格认证

4)产品经理的培养途径和职业晋升通道

9.实例讲解：某案例公司的产品经理素质模型及任职资格标准 10.实例讲解：业界某公司的产品经理工作手册 11.演练与问题讨论

三、新产品的市场管理

1.业界公司在产品市场管理方面存在的主要问题 2.产品经理如何发现利润区 3.市场机会的筛选和把握

4.产品市场管理流程与产品开发流程之间的关系 5.产品市场管理流程的几个阶段

1)阶段一：正确的理解市场（如何寻找潜在的机会和目标）案例讲解 2)阶段二：进行市场细分（定义初步的细分目标市场）案例讲解 3)阶段三：产品组合分析（竞争环境、投资机会等的分析）案例讲解 4)阶段四：制定业务计划（整个产品线或产品系列的业务计划）案例讲解 5)阶段五：管道管理及资源平衡（排定项目优先级）案例讲解 6.产品经理如何作产品的价值分析

7.实例讲解：某产品的价值分析案例研究 8.市场管理流程的输出――产品包的业务计划 9.实例讲解：产品包的业务计划书 10.产品经理如何参与市场管理流程 11.如何作产品的路标规划

1)产品版本规划的V、R、M介绍 2)实例讲解：某产品线的路标规划 12.如何进行产品市场需求管理

需求的搜集、整理、分析、分配、验证 13.演练与问题讨论

四、新产品的开发管理 1.产品开发团队的构成

1）贯穿全流程的产品开发团队的构成

2）产品开发团队成员的角色构成及相应职责 3）产品经理如何保证产品开发团队高效运作 2.产品开发的结构化流程

1)结构化的产品开发流程的特点

2)产品经理在结构化产品开发流程中如何推动工作 3)产品经理在结构化流程的每个阶段的工作重点

4)实例讲解：某案例公司产品经理在结构化流程中的重点活动

3.产品开发的决策评审机制

1)产品经理在公司的产品决策机制中扮演什么角色 2)产品经理如何参与决策

3)实例讲解：某案例公司产品经理的决策评审报告 4.产品开发的过程的项目管理

1)产品经理在如何监控整个项目的研发进展 2)产品经理如何协调与项目经理之间的关系 3)产品开发过程中的突发事件如何处理

4)实例讲解：某案例公司产品经理在项目管理中的控制点 5.产品的财经和成本管理

1)产品经理在研发财经与成本管理中关注的重点 2)产品开发的投资与研发费用的管理 3)研发项目的敏感性分析 4)案例分析：研发预算书 6.演练与问题讨论

五、新产品的上市管理

1.实例讲解：某公司A产品成功上市的策划案例分析 2.产品经理如何整体把控产品的上市节奏 3.产品上市的策略：先“营”后“销” 1)如何理解营的工作 2)如何理解销的工作 3)营和销之间的关系 4.新产品上市的主要流程

1)新产品上市流程中各环节的主要活动 2)发布策略 3)发布准备 4)正式发布

5)发布计划的执行与监控 5.新产品上市的支撑流程 1)产品的命名管理

2)产品的外部测试（投放市场测试的几个阶段）3)产品上市的销售一指禅

6.产品的Beta测试、用户早期试用和正式发布之间的关系 1)产品的早期试用管理 2)产品上市的效果评估

3)对产品上市中容易出现的问题产品经理如何应对 4)新产品上市如何处理与老产品和其他关联产品的关系 7.产品上市的“151”策略

8.实例讲解：新产品上市应该准备的文档和资料 9.实例讲解：产品上市计划中需要包含的内容 10.演练与问题讨论

六、产品经理如何管理整个产品团队 1.成功的实现角色转换 2.产品经理常用管理方法

1)时间管理、二八原则、木桶原理、鱼骨图、柏拉图、AHP 3.如何构建产品团队

1)全流程的产品团队存在的典型问题 2)成功的产品开发团队具备的典型特征 3)跨部门的产品开发团队构成及角色定位

4)核心小组组长的角色和职责、技能、领导资格、知识和经验 5)核心小组组长的培养和任职资格管理 6)核心小组成员的角色和职责 7)扩展小组组员的角色和职责

8)职能部门经理在产品开发中的角色和职责 4.产品团队成长的几个阶段 5.如何考核产品团队

1)跨部门的产品开发团队的汇报模式与考核机制 2)产品经理的考核

3)产品团队的常用的KPI指标 4)团队成员的考核

6.如何处理产品团队中的冲突

7.产品团队中几种特殊的人员如何管理 8.演练与问题讨论

七、产品经理的培养

1.常用的产品经理培养方法

1)岗位轮换、自我批判、导师制、参加学习2.正式的产品经理培养方法――资源池 3.什么叫资源池 4.建立资源池的目的 5.资源池建立的原则 6.资源池的运作流程 1)产品经理的筛选 2)产品经理的面试

3)产品经理候选人的培养 4)候选人的释放

7.资源池的运作机构及职责

8.资源池工作推进的三个步骤及计划模板 1)启动阶段 2)发明阶段 3)推行阶段

4)实例讲解：业界某公司产品经理资源池的建设过程和运作

培训方式：案例分享、实务分析、互动讨论、项目模拟、培训游戏-------------------------参加对象：企业CEO/总经理、研发总经理/副总、公司总工/技术总监、公司人力资源总监、产品线总监、产品经理/项目经理、PMO（项目管理办公室）成员、市场总监、技术支持总监等。

参加费用：2200元/人 现报名可享受捆绑价3200元/两位优惠价,单个或多一个即交2200元

/位（含两天中餐、指定教材、证书、茶点）会务组织：森涛培训网．森涛培训咨询服务中心

咨询电话：o2o-34O7-125O、34O7-1978（提前报名可享受更多优惠,欢迎来电咨询）

**第三篇：成功的产品经理**

◇ 产品经理是企业以产品为导向的龙头，是从职能导向向客户导向转变的关键岗位；

◇ 企业流程化运作的关键是建立产品经理和项目经理为首的跨部门运作机制；

◇ 产品经理的职责是实现从及时获取客户需求到客户需求持续满足的整个范畴；

◇ 产品经理的5件大事：产品需求管理、产品规划、产品开发、产品上市、产品运营

随着企业业务规模的增长，产品类型的日渐丰富，业务形态也呈现多样化趋势。以前，仅仅依靠公司最高层（总经理、CEO、总裁）承担业务经营的责任越来越让企业感到力不从心，所以让更多的人参与到公司业务经营活动的管理中来成为企业的必然选择。产品经理制度就是确保企业宏观决策方向正确，日常管理与执行到位的有效手段。

但是，企业在导入产品管理制度的过程中，通常面临如下困惑与问题：

◇ 对产品的理解认识混乱，纠结于“什么是产品，什么是市场，什么是业务”，也就纠结于“何谓市场导向，何谓产品导向”等问题；

◇ 产品经理到底如何定位，是负责“前端”，还是“后端”；

◇ 产品经理与项目经理的职责如何区分；

◇ 产品经理如何才能有效协同各种专业资源；

◇ 产品经理制能发挥作用在组织、流程与考核制度上应如何设计；

◇ 如何进行市场分析与产品规划；

◇ 如何有效获取、分析和管理需求；

◇ 产品规划团队与产品开发团队如何互动；

◇ 产品经理的基本素质模型和培养方式；

1.1 了解端到端的产品管理

◇ 理解生命周期

◇ 产品生命周期、产品全生命周期、项目生命周期、技术生命周期等

◇ 我们为客户提供什么：产品 Vs.产品包

◇ 产品全生命周期：产品定义、产品开发、产品推广

◇ 端到端到产品管理：Idea到Cash直到No More Cash的整个过程

◇ 业界最佳产品管理模式：PACE、IPD ◇ IPD的框架

◇ 四大流程、四大组织

◇ 产品定义——市场管理与产品规划

◇ 产品开发——产品开发流程

◇ 技术开发——产品平台与技术开发

◇ 产品管理模式、产品线运作模式

◇ 产品规划及其组织

◇ 产品开发及其组织

◇ 产品推广及其组织

◇ 技术规划及其组织

◇ 技术开发及其组织

◇ 研发管理体系的组织模式

◇ 分层分级、全员参与、目标导向、团队合作

◇ 决策者

◇ 日常管理者：产品经理 Vs.项目经理

◇ 执行者

◇ 领域专业

◇ 监控者

◇ 与公司组织架构的关系

◇ 学员研讨——CTO的烦恼

◇ 目的：通过真实案例，让学员帮助某企业CTO解决该企业存在的问题，并映射自己所在公司在产品研发管理上的问题。

◇ 产品管理框架

◇ 产品管理的1个核心

◇ 产品管理的2个关键

◇ 产品管理的3种模式

◇ 产品管理的4个流程

◇ 产品管理的5个阶段 ◇ 产品管理的6类活动

◇ 当前国内企业产品经理制度存在的不足

◇ 产品经理 Vs.项目经理

◇ 产品经理在矩阵式组织结构中的运作模式及跨部门产品团队简介 1.2 产品规划——做正确的事

◇ 市场管理方面通常存在的典型问题分析

◇ 市场管理流程和产品开发流程之间的关系

◇ 市场管理流程：

◇ 如何正确地理解市场

◇ PEST ◇ 竞争五力模型

◇ SWOT ◇ 演示：《市场地图》

◇ „„

◇ 市场细分

◇ 市场细分的原因分析

◇ 市场细分“七步成诗”

◇ 市场细分方法

◇ 演示：《细分市场简介》

◇ 产品的组合分析

◇ SPAN ◇ FAN ◇ 产品组合分析的业务定位

◇ 安索夫矩阵

◇ 产品路标规划的方法和流程

◇ 演示：《路标规划的生成过程》

◇ 演示：《路标规划的评审要素表》

◇ 业务计划书

◇ 演示：《业务计划书模板》（含Word及PPT格式）

◇ 市场需求管理流程：

◇ 市场需求管理流程的简介

◇ KANO模型

◇ 收集需求的方法

◇ 演示：《需求说明书》

◇ 需求收集制度

◇ 用户访谈：抽象之梯法

◇ 客户陈述－需求描述

◇ 需求整理：亲和图法

◇ 客户需求的评估方法：＄APPEALS、层次分析法 1.3 产品开发——用正确的方法做事

◇ 产品开发过程

◇ 项目立项、项目任务书发布

◇ 组建项目团队

◇ 需求分析阶段

◇ 技术方案阶段

◇ 开发阶段

◇ 测试验证阶段

◇ 上市阶段

◇ 产品开发计划与控制

◇ 跨部门协同

◇ 阶段决策评审

◇ 概念阶段决策评审

◇ 计划阶段决策评审

◇ 上市决策评审

◇ 开发阶段技术评审

◇ 需求评审 ◇ 技术方案评审

◇ 转试产评审（样机评审）

◇ 转量产评审（定型评审）

◇ 技术难点的管理：前期投入的技术预研

◇ 开发风险管理

◇ 研发成本控制

◇ 产品质量保证

1.4 产品推广——产品上市、推广与退市管理

◇ 集成营销传播（IMC）

◇ IMC的概念

◇ IMC的管理过程

◇ 广告决策

◇ 促销决策

◇ 产品推广

◇ 顾客关系管理

◇ 产品定价管理

◇ 衡量感知价值和价格

◇ 定价的心理因素

◇ 影响价格的其它因素

◇ 一些具体的定价技巧

◇ 产品销售管理

◇ 销售渠道管理

◇ 销售队伍管理

◇ 产品交付及售后服务管理

◇ 产品交付目标——交货周期、铺货率、及时齐套交货率等 ◇ 合同条款、合同评审、急单处理

◇ 建立售后服务体系

◇ 产品生命周期不同阶段的营销策略

◇ 导入期的营销策略

◇ 成长期的营销策略

◇ 成熟期的营销策略

◇ 衰退期的营销策略

◇ 产品生命周期的新理解——“裂谷”的存在◇ 产品维护及改进

◇ 产品信息及绩效报告制度

◇ 产品维护及改进策略和计划

◇ 产品退出管理

◇ 何时考虑产品退出？

◇ 产品退出决策

◇ 停止销售

◇ 停止生产

◇ 停止服务

1.5 产品管理团队及产品经理的位置

◇ 企业产品管理的流程框架

◇ 企业产品管理的组织框架：四大组织

◇ 分层分级的组织模式

◇ 高层业务决策团队

◇ 构成、运作模式、绩效评价

◇ 产品经理与高层决策团队的关系及互动方式

◇ 产品概念与定义：产品规划团队

◇ 构成、运作模式、绩效评价

◇ 产品经理与产品规划团队的关系及互动方式

◇ 产品实现与验证：产品开发团队

◇ 构成、运作模式、绩效评价

◇ 产品经理与产品开发团队的关系及互动方式

◇ 技术研究与开发：技术开发团队

◇ 构成、运作模式、绩效评价

◇ 产品经理与技术开发团队的关系及互动方式

◇ 技术专家如何参与产品创新管理：技术评审团队

◇ 构成、运作模式、绩效评价

◇ 产品经理与技术评审团队的关系及互动方式

◇ 产品线与资源线并重，横向与纵向协同

◇ 产品经理成为跨部门团队与职能组织融合的关键

◇ 案例分析：某产品型企业产品管理现状

◇ 目的：学员分析真实案例，体会产品管理各阶段的问题。

◇ 学员感受分享：结合学员自己在企业中的角色，谈谈如何参与产品创新管理 1.6 产品经理的职责与素质模型

◇ 产品经理的主要工作职责

◇ 产品经理的1个定位

◇ 产品经理的2个跨越

◇ 产品经理的3种类型

◇ 产品经理的4大阶段

◇ 产品经理的5项素质

◇ 产品经理的6种指责

◇ 产品经理的7项原则

◇ 演示：《产品经理职位说明书》

◇ 产品经理的素质模型

◇ 产品经理的能力模型

◇ 产品经理的任职资格标准

◇ 演示：《产品经理岗位能力评级表》

◇ 演示：《产品经理岗位标干设定》 1.7 产品经理的培养

◇ 常用的产品经理培养方法：岗位轮换、自我批判、导师制、参加学习

◇ 正式的产品经理培养方法――资源池

◇ 什么叫资源池

◇ 建立资源池的目的◇ 资源池建立的原则

◇ 资源池的运作流程

◇ 产品经理的筛选

◇ 产品经理的面试

◇ 产品经理候选人的培养

◇ 候选人的释放

◇ 资源池的运作机构及职责

◇ 资源池工作推进的三个步骤及计划模板

◇ 启动阶段

◇ 发明阶段

◇ 推行阶段

成功的产品经理

【时间地点】 2024年9月18-19日 上海 上午： 09:00—12:00 下午：13:00—17:00 【参加对象】 决心打造产品管理体系的中高层领导；产品管理的具体落实者：产品经理及其后备培养对象；关注产品全生命周期管理的人员（产品规划、产品开发、产品生命周期管理）；常见岗位：研发总监、产品总监、产品经理、项目经理、产品规划人员、市场策划人员等

【费 用】 3200元/人 含资料、中餐和证书

【课程热线】 4OO-O33-4O33（森涛培训，提前报名可享受更多优惠）【内训服务】本课程可根据客户需求提供内训服务，咨询电话：（O2O）34O7125O

● 讲师资历

刘铭 产品管理与研发管理实战专家（IPD-CMMI）◇ 资深咨询顾问、研发管理金牌讲师、研发管理实战派讲师

◇ 清华大学研究生MBA、西北工业大学工学学士

◇ 美国项目管理协会认证专家PMP ◇ 16年产品开发、产品管理经验

◇ 6年研发管理咨询与培训经验

◇ IBM（ISC、ISD）工作经验，与华为深度合作项目  讲师背景

10余年国际、国内知名高科技企业研发实践和研发管理经验，先后担任过系统工程师、项目经理、开发部经理、事业部总经理等职位，主持了某著名高科技企业电信业务软件平台的开发，具有非常丰富的产品开发管理和项目管理专业知识及实践经验。曾负责历时两年、投资过几千万的大型产品开发项目。

6年研发管理咨询、培训经验。精通产品管理体系、产品开发流程体系、研发组织、项目管理等领域。在实际咨询项目中，曾成功指导电子、电气、机械、软件、金融等各类企业的研发管理实践的导入、落地和推广。 主讲课程

◇ 研发管理体系类：集成产品开发（IPD）体系、CMMI框架/实践与操作

◇ 研发管理流程类：市场管理与产品规划、集成产品开发（IPD）流程、产品需求管理

◇ 项目管理类：研发项目管理、研发质量管理、研发成本管理、通用项目管理、研发风险管理

◇ 软件类：软件需求分析与管理、软件项目管理、软件测试管理、软件配置管理、软件工程实践

◇ 软技能类：从技术走向管理、研发团队及沟通

部分公开课客户

中国普天、海信日立、南玻集团、好易通、西可通信、杭州顺网科技、华立仪表、彩讯科技、梅特勒.特利多、远光软件、鸿波信息、远望谷、立信集团、同洲电子、英威腾、好帮手、星博信息、顺络电子、和佳集团、国微电子、欧普照明、思乐数据、明源软件、西门子威迪欧、索为高科、金立手机、杭州虹软、中国一汽、电子29所、煤炭研究总院重庆分院、凹凸科技、同济天跃、海鸥卫浴、清华同方威视、华大智宝、新宝电器、美兰尼尔、普析通用、天源迪科、兴源鼎新、芯海科技、理邦精密、TCL工业研究院、曙光信息、恒生电子、艾立克电子、诚毅软件、桑达无线通讯、亿阳信通、优能通信、华飞彩显、兆日科技、勤上光电、南天软件、绵阳灵通、电子38所、证通电子、上海嵌入式应用研究中心、中航光电科技、联芯科技、京信通信、风云实业、欧贝特卡系统科技、思普软件、哈德电气、电子30所、联合汽车电子、隆宇世纪、东进技术、世纪亚明、神源电气、南京智达康、全微科技、欣旺达集团、科思特光电、南凌科技、玉柴机器、广州数控、星网视易、优德利科技、CNNIC、绵阳维博电子、慧通天下、华阳通用、浙江利欧股份、迪威视讯、宇通客车、聚光科技、怡亚通、奥飞动漫、安可讯实业、易方数码、苏泊尔、中正生物、正泰电器、贝因美、江苏常春汽车、从兴电子、握奇数据、长丰汽车、爱可信、欧珀移动通信、腾讯科技、万东医疗、易网通、„„ 典型咨询客户

◇ 深圳某高科技企业（隶属于世界500强企业），持续合作4期

◇ 深圳某机械装备行业龙头（世界第一），持续合作2期

◇ 深圳某电子支付终端领域行业龙头（国内第一、香港上市）

◇ 深圳某自动化仪表行业领先企业

◇ 深圳某电气设备领域领先企业（创业板上市）

◇ 上海某金融安全软件行业龙头（国内前三），持续合作2期

◇ 浙江某机械行业龙头（国内前三）

◇ 北京机械装备领域行业龙头（上市公司）

◇ 西安某电力仪器领域成长型企业

◇ 重庆某电信芯片领域领先企业

另作为项目核心成员参与了武汉、西安、合肥、东莞、中山等多个咨询项目

**第四篇：互联网产品经理培训.**

互联网产品经理培训

互联网产品经理在很多人的眼中并不熟悉,也与他发展兴起的时间不长有关。那么,如何定义互联网产品经理呢?开课吧表示,互联网产品经理是互联网公司中的一种职能,负责互联网产品的计划和推广,以及互联网产品生命周期的演化。根据所负责的互联网产品是用户产品还是商业产品,可以分为互联网用户产品经理和互联网商业产品经理。用户产品经理最关心的是互联网用户产品的用户体验,商业产品经理最关心的是互联网商业产品的流量变现能力。

要成为一名优秀的产品经理并不容易,开课吧产品壹佰提示,作为产品经理,每做一个项目,要学会问自己下面三个问题:你真的是一个产品经理么?你是一个合格的产品经理么?你是自己所理解的产品经理么? 这三个问题的答案,就形成了一个产品经理的基本价值观,在职业上的高下之分,也取决于对这些基础问题的回答。由着三个基本问题,就衍生出了产品经理职业行为的四个基本点。

1、进入一家公司后你的产出是什么?(产品->产出品质

根据自己的经历你的自身价值是否给公司带来了价值呢?优化了现有产品或业务流程?还是进行了产品创新?

2、你现在的工作是怎么做的? 你的设计是你深思熟虑之后的成果么?还是你只是这样:支付宝是这样做的,微信也是这样做的,大家都是这样做的。更有甚者:我就是这样理解的!

3、你是否有一个产品经理的初心和作为一个产品经理者的自我矛盾?

4、你是合格不靠谱还是靠谱不合格呢?

最后套用老套而又流行的一个句式:看了很多干货依然不知道怎么做产品,听了很多微课依然不能成为一个合格的产品人。莱茵教育说:产品有生命,产品如做人,产品要有真性情。

**第五篇：如何做好一个成功的产品经理**

华晟培训网135 1093 6819敖老师 Q：476 304 896（欢迎添加，以便交流）

--------

成功的产品经理

------------课程大纲：

一、案例分析：某案例公司成长的烦恼

1.企业成长过程中存在的问题

2.产品经理成长的三个步骤

3.实现角色转变过程中的痛苦蜕变

4.成功的产品经理给公司带来的收益

5.实例讲解：业界某公司产品经理培养的过程和经验分享

二、产品经理的定位、职责与素质模型

1.业界公司在产品经理管理方面存在的误区

2.产品经理和项目经理的区别

3.产品经理的定位及工作职责

4.前端产品经理＆后端产品经理的划分

5.实例讲解：产品经理在公司组织体系中如何运作

6.如何理解产品经理应该是一个“政治家”

7.成功的产品经理应该具备的能力

1)特征一：市场管理能力

2)特征二：产品开发管理能力

3)特征三：产品的上市管理能力（商业能 力）

4)特征四：跨部门的团队管理能力

5)特征五：领导力和人格魅力

8.产品经理的素质模型

1)应该具备的知识和技能

2)任职资格标准

3)产品经理的资格认证

4)产品经理的培养途径和职业晋升通道

9.实例讲解：某案例公司的产品经理素质模型及任职资格标准

10.实例讲解：业界某公司的产品经理工作手册

11.演练与问题讨论

三、新产品的市场管理

1.业界公司在产品市场管理方面存在的主要问题

2.产品经理如何发现利润区

3.市场机会的筛选和把握

4.产品市场管理流程与产品开发流程之间的关系

5.产品市场管理流程的几个阶段

1)阶段一：正确的理解市场（如何寻找潜在的机会和目标）案例讲解

2)阶段二：进行市场细分（定义初步的细分目标市场）案例讲解

3)阶段三：产品组合分析（竞争环境、投资机会等的分析）案例讲解

4)阶段四：制定业务计划（整个产品线或产品系列的业务计划）案例讲解

5)阶段五：管道管理及资源平衡（排定项目优先级）案例讲解

6.产品经理如何作产品的价值分析

7.实例讲解：某产品的价值分析案例研究

8.市场管理流程的输出――产品包的业务计划

9.实例讲解：产品包的业务计划书

10.产品经理如何参与市场管理流程

11.如何作产品的路标规划

1)产品版本规划的V、R、M介绍

2)实例讲解：某产品线的路标规划

12.如何进行产品市场需求管理

需求的搜集、整理、分析、分配、验证

13.演练与问题讨论

四、新产品的开发管理

1.产品开发团队的构成1）贯穿全流程的产品开发团队的构成2）产品开发团队成员的角色构成及相应职责

3）产品经理如何保证产品开发团队高效运作

2.产品开发的结构化流程

1)结构化的产品开发流程的特点

2)产品经理在结构化产品开发流程中如何推动工作

3)产品经理在结构化流程的每个阶段的工作重点

4)实例讲解：某案例公司产品经理在结构化流程中的重点活动

3.产品开发的决策评审机制

1)产品经理在公司的产品决策机制中扮演什么角色

2)产品经理如何参与决策

3)实例讲解：某案例公司产品经理的决策评审报告

4.产品开发的过程的项目管理

1)产品经理在如何监控整个项目的研发进展

2)产品经理如何协调与项目经理之间的关系

3)产品开发过程中的突发事件如何处理

4)实例讲解：某案例公司产品经理在项目管理中的控制点

5.产品的财经和成本管理

1)产品经理在研发财经与成本管理中关注的重点

2)产品开发的投资与研发费用的管理

3)研发项目的敏感性分析

4)案例分析：研发预算书

6.演练与问题讨论

五、新产品的上市管理

1.实例讲解：某公司A产品成功上市的策划案例分析

2.产品经理如何整体把控产品的上市节奏

3.产品上市的策略：先“营”后“销”

1)如何理解营的工作

2)如何理解销的工作

3)营和销之间的关系

4.新产品上市的主要流程

1)新产品上市流程中各环节的主要活动

2)发布策略

3)发布准备

4)正式发布

5)发布计划的执行与监控

5.新产品上市的支撑流程

1)产品的命名管理

2)产品的外部测试（投放市场测试的几个阶段）

3)产品上市的销售一指禅

6.产品的Beta测试、用户早期试用和正式发布之间的关系

1)产品的早期试用管理

2)产品上市的效果评估

3)对产品上市中容易出现的问题产品经理如何应对

4)新产品上市如何处理与老产品和其他关联产品的关系

7.产品上市的“151”策略

8.实例讲解：新产品上市应该准备的文档和资料

9.实例讲解：产品上市计划中需要包含的内容

10.演练与问题讨论

六、产品经理如何管理整个产品团队

1.成功的实现角色转换

2.产品经理常用管理方法

1)时间管理、二八原则、木桶原理、鱼骨图、柏拉图、AHP

3.如何构建产品团队

1)全流程的产品团队存在的典型问题

2)成功的产品开发团队具备的典型特征

3)跨部门的产品开发团队构成及角色定位

4)核心小组组长的角色和职责、技能、领导资格、知识和经验

5)核心小组组长的培养和任职资格管理

6)核心小组成员的角色和职责

7)扩展小组组员的角色和职责

8)职能部门经理在产品开发中的角色和职责

4.产品团队成长的几个阶段

5.1)

2)

3)如何考核产品团队 跨部门的产品开发团队的汇报模式与考核机制 产品经理的考核 产品团队的常用的KPI指标

4)团队成员的考核

6.如何处理产品团队中的冲突

7.产品团队中几种特殊的人员如何管理

8.演练与问题讨论

七、产品经理的培养

1.常用的产品经理培养方法

1)岗位轮换、自我批判、导师制、参加学习

2.正式的产品经理培养方法――资源池

3.什么叫资源池

4.建立资源池的目的5.资源池建立的原则

6.资源池的运作流程

1)产品经理的筛选

2)产品经理的面试

3)产品经理候选人的培养

4)候选人的释放

7.资源池的运作机构及职责

8.资源池工作推进的三个步骤及计划模板

1)启动阶段

2)发明阶段

3)推行阶段

4)实例讲解：业界某公司产品经理资源池的建设过程和运作

报名详情：

时间地点：2024年5月24-25日北京 5月29-30日上海5月21-22日深圳6月26-27日北京6月29-30日上海6月21-22日深圳

参加对象：企业CEO/总经理、研发总经理/副总、公司总工/技术总监、公司人力资源总监、产品线总监、产品经理/项目经理、PMO（项目管理办公室）成员、市场总监、技术支持总监等。

学习费用：4000元/两天\*买一赠一,不再打折需在同一个月的同一课程才享有此优惠，单独一人收费2600元。（含两天中餐、指定教材、证书、茶点）

承办单位：华晟培训（深圳市华晟企业管理咨询有限公司）

课程收益：

1.分享讲师数百场研发管理培训的专业经验，通过现场的互动帮助学员理清适合自己企业的产品管理的思路和产品经理的培养方案

2.3.4.5.分析业界公司在产品经理培养和管理中的误区，并分享成功经验 了解产品经理的定位、职责、素质模型与任职资格标准 理解新产品市场管理、路标规划、需求管理的流程及支撑体系 掌握新产品开发的过程管理的技巧和方法

6.掌握新产品上市管理的技巧和方法，总结保证产品商业成功的关键

7.学会如何打造一个成功的产品团队，如何管理产品团队的绩效和冲突处理

8.学会如何建立产品经理的培养体系――资源池

9.分享讲师几十个咨询项目的产品管理和产品经理队伍建设的案例资料（模板、表格、样例„„），帮助学员制定Action Plan，使得学员参训后回到自己的公司能够很好实践。

-----

课程背景：

2024年一场金融风暴席卷全球，大量的工业企业倒闭关门，大批员工失业。在这场金融危机中我们发现还是有很多企业不但没有倒下，反而更加高速成长，其中一个重要的原因就是这些企业构建了成功的产品管理体系，培养了优秀的产品经理，能够组织团队开发出具有竞争力、满足客户需求的产品。公司在冬天更应该加强自己内功的修炼来应对危机，同时迎接春天的到来。

当一个企业从单一产品线向多产品线跨越的时候，必须突破的一个瓶颈就是公司产品经理的培养，因为产品经理是公司价值链中最重要的一个环节，是直接面向客户、带领团队创造价值的领军人物，因此产品经理个人及其所率领的团队的能力往往决定了该产品在市场上的竞争力。业界大量公司在构建产品管理体系和培养产品经理的过程中常见如下困惑的问题：

1.产品经理该如何定位？究竟定位于研发还是定位于市场？

2.产品经理和项目经理有什么区别？如何作好分工？

3.产品经理究竟应该具有什么样的素质模型？谁来承担比较合适？

4.产品经理如何参与产品的市场管理流程？如何从源头来规划产品？

5.如何推动产品开发全流程的工作？

6.如何协调产品的市场管理、开发管理、财经管理之间的关系？

7.产品经理如何管理产品团队？

8.公司如何建立产品经理的培养体系以成批培养产品经理？

„„

本课程在过去4年讲授的基础上作了大量的更新，结合业界成功公司在产品经理培养和管理上的一些教训和经验，针对以上难题进行深入的讲解，并总结出如何建立公司的产品经理资源池来批量培养成功的产品经理，实现公司规模化的扩张。

师资介绍： Charles

专业背景：

16年的高科技企业从业背景，具有丰富的产品研发、新产品导入、工艺工程、售前与售后等领域的实践与管理经验。曾在多家高科技企业中担任产品开发工程师（电子）、工艺工程师、售后服务工程师、项目经理、产品经理、设计工程部经理、工艺工程部经理、新产品导入部经理、技术管理部经理、企业管理顾问等职务；在某著名通信公司工作7年（97~03），期间长期与国际顶尖咨询顾问一起工作，全程参与推动该公司研发管理体系的变革工作，并成功主导了新产品导入平台的建设工作，作为产品经理主导了某产品线多个大型项目的产品研发工作。

研发管理咨询经验：

从事研发管理咨询工作以来，作为项目总监成功的主持了格林威尔、广州威创日新、某电子科技集团研究所、国人通信等数十家企业的产品规划流程体系设计、试验局流程设计、知识管理体系设计、中试业务管理体系梳理、研发IT规划、研发项目管理体系设计、研发质量管理体系、研发绩效管理体系设计、研发KPI体系设计等方面的管理咨询项目。

研发管理培训经验：

曾在各地多次举办研发质量管理、研发项目管理、新产品开发流程优化与管理、从样品走向量产等

公开课，为数千家企业提供了研发管理公开课的培训，为数百家企业进行了研发管理的内训；从事研发管理咨询工作以来，作为项目总监成功的主持完成了数十个研发管理咨询项目体系的建设，有着丰富的研发管理咨询经验，涉及的行业包括通信、软件、家电、电信运营商、芯片、医疗器械、交通运输等，帮助这些企业建立高效、完备的研发管理体系，对中国企业研发管理体系及创新体制有着深刻的研究和理解，受到客户的高度评价。

曾为科达通信、中电集团、TCL集团、威创、和记奥普泰、国人通信、京信科技、天碁科技、格林威尔、兴大豪科技、星星集团、山特电子、富港电子、宇龙通信、聚光科技、绿盟科技、天津内燃机研究所、同方威视、中集集团、高斯贝尔、星网锐捷、OPPO电子、特变电工、思源电器、海格客车、美的集团、国光电子、雷沃重汽、上汽五凌、东风汽车、威科姆、同洲电子、科立讯、新北洋、光迅科技、沈阳机床等近300家企业提供了专业的研发管理培训。

（本课程全年循环开课，提前报名优惠！如果您看到的开课时间已过期或不合适，请您来电咨询下期开课时间）

参加方式：填写并回执报名表-->发出会务确认函-->转帐或现场付款

备注：如课程已过期，请登录查询最新课程安排

1.收到贵司报名信息后，我们将第一时间和贵司参会联系人进行确认；

2.在开课前一周，我们有专人给贵司发送参加培训的确认函，上面有培训报到指引，以及详细的上课地址和路线图；

3.如对此课程有任何疑问，欢迎拨打电话向我们咨询。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找