# 2024年产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 (十七篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-06-20

*报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇一1、沟通能力好的沟通能力能有效传达信...*

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇一**

1、沟通能力

好的沟通能力能有效传达信息、观念、思想，把握对方意图，说服别人，让他人接受自己的观点或想法。音频视频点播产品需求分析阶段，在跟需求方沟通的过程中，需求几经易稿，沟通效率不是很高。

如果重来我会跟需求方一起一次性穷举需求，以场景、用途、流程先后为次序，将需求分在不同大类中，理出产品主线，以用户价值和技术实现两个维度来对需求进行优先级排序。

如后续迭代时，双方需沟通清楚这个需求的目标用户、用户的痛点、问题出现的频次、现有方案的局限性、建议方案、改进的投入产出比。这样双方可以减少重复沟通的成本甚至不必要的争论，化干戈为玉帛。

2、产品规划

产品规划是根据产品定位做一个发展战略，其关键打法分三步走：

一是夯实基础体验，满足用户的核心诉求，此举最重要、最深远。这次音频视频点播项目，尽管前期产品需求做了几次更改，但不变的还是播放功能;

二是扩展期望性需求，包括企业需求和用户需求的期望所在。音频视频点播围绕播放功能做了扩展功能：视频评分、视频下载、下载管理。

三是挖掘增值需求，满足用户个性化诉求，与竞品形成差异化竞争、短期口碑传播，比如开设刚需课程。

3、产品设计

产品设计落地最重要的方式就是画原型、写文档。

一方面输出一份高质量的原型图，有助于ui更有动力去出高质量的效果图。也就是说，上游的质量影响着下游的质量。

基本上，音频视频点播原型图都是我“一针一线”画出来的，个人不太认同产品经理在画原型图的时候去截别人的图，这貌似很省事也很有效率，但对后续修改带来麻烦。

另一方面输出一份高质量的交互稿，有利于开发快速理解业务流程，写代码的时候也更有效率。

当然，交互设计除了要考虑业务流程，也要遵循尼尔森十大交互原则。

4、学习能力

就目前研发部整个工作流程和任务来看，懂产品而不懂技术是远远不够的，我后期会在这两个方面做提升：一是培养美学设计鉴赏判断力，协助ui设计师更好地完成高保真视觉方案;二是了解编程、数据库、客户端技术、服务端技术等，这有助于我在与工程师的工作配合和沟通中起到关键作用。

《孟子离娄下》“资之深，则取之左右逢其原”，作为初级产品经理，我正在进阶路上。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇二**

我所负责的区域是吉林西部的白城地区和内蒙兴安盟地区，先介绍一下白城地区的情况，白城地区位于吉林省最西部，十年九旱，土壤盐碱化严重，适合绿豆葵花等杂粮作物种植，是我国重要的杂粮产区。白城时下辖洮北区，通榆县，洮南市，大安市和镇赉县。洮北区境内水资源比较丰富，主要种植水稻玉米，部分乡镇有花生种植。通榆耕地面积300万亩左右，主要种植绿豆葵花蓖麻等，玉米面积少。洮南耕地270万亩。主要中直绿豆葵花，部分乡镇水稻辣椒玉米也有一定的数量。大安镇赉耕地各100万亩左右，主要作物为玉米绿豆水稻高粱。现在适时地引嫩 入白工程，是国家改造中低产田的重要项目。准备在大安镇来建造灌区，把低产量的玉米田改造成水田，引导农民种水稻，这会对旱田作物的面积产生影响。

现在介绍一下白城地区客户情况压滤机滤布，大安镇赉目前没有客户，以前在镇赉有一个客户孙德臣。做大安镇赉来两个市场，现款政策之后，对现款比较排斥，今年就做了一吨玉希望，目前已经停止了合作。洮南通榆都是07年新开发的客户，当时我们过来时已经比较晚，又对当地市场和客户不熟悉，而且当地的客户对公司也是很陌生，没见过公司产品，不了解公司，再加上做现款，很难找到客户，最后的情况是你只要答应做现款我就给你发货。所以选择的客户不合适，今年洮南两个客户卖了不到十万。通榆市场是乡镇客户，今年做得不多，但是对公司比较认同，积极性很高，有发展潜力。

概括一下白城的明年计划情况：大安镇赉需要开发新客户，大安这段时间我已经有所了解：大安市区在整个大安版图的一角，和松原，黑龙江省的肇州接壤，位置比较偏僻。我的计划是在几个大的乡镇像安广，舍力，叉干等寻找合适的乡镇客户，目前安广舍力已经有客户表示了合作的意愿。镇赉市场到目前为止还不是很了解，具体在乡镇还是在县里还不明确。洮南市场需要调整客户，山东植保会时洮南的客户来的不少，我们也交流了一下，这几个客户我们还是比较了解，基本上达成了初步的意向。通榆客户保留，同时考虑多找几个乡镇或在县里放另一套产品。洮北区因为和洮南太近，而且大客户比较多，这些客户要的区域太大，暂时先放一放。

下面在介绍一下兴安盟。兴安盟位于内蒙古东部，南临通辽，北接呼伦贝尔，气候也是比较干旱，总体情况比白城要好一些。兴安盟下辖科尔沁右翼前旗、科尔沁右翼中旗、扎赉特旗、突泉县、乌兰浩特市、阿尔山市。乌兰浩特是兴安盟盟委、盟行署所在地，也是科尔沁右翼前旗、乌兰浩特市党委和政府的所在地，是全盟政治、经济和文化中心。阿尔山市主要是旅游业，是著名旅游胜地。中旗在科尔沁草原的腹地，主要作物为绿豆玉米，有部分土豆，比较偏僻，蒙族人多，当地经营农资的比较少，农民也是近几年才对除草剂有所了解，滤布比较保守，07年没有找到合适客户。

扎旗 突泉和前旗，这三个旗县位于兴安盟的东部，是兴安盟主要产粮区。扎旗与黑龙江接壤，主要种植玉米绿豆高粱，有几个乡镇大豆也有一定的面积，当地农资市场相对比较繁荣，也有做得比较大的几家，但是大户一般不会跟你做现款，也有小户，小户一般不做厂家，从大户手里拿货。突泉县主要种植绿豆玉米，县里农资经销商一般在乌兰浩特取 货，直接和厂家合作的少。前旗主要种植绿豆玉米，也有几个乡镇有大豆种植。因为在各旗县没有找到合适的客户，时间也比较紧张，所以今年就把客户设 在了乌兰浩特。乌兰浩特找了两个客户，都是小户，一个是吴长岭，一个是张铁民。要的区域都是兴 安盟，但主要做扎旗前旗，突泉做的也比较少。今年做的还可以，吴长岭做了三十多万，张铁民做了二十多万。主要是伴侣系列和烟密系列。当地竞争产品有影响力的杂粮类的主要是老品牌闲锄，闲农的普田拿是近几年崛起的新品牌。玉米田的竞争产品主要是玉黄大地，玉收等。

今年做的失败的几点：一是洮南市场客户选择不当。二是一些产品的规划欠妥当。具体例子就是客户吴长岭今年做了公司很多产品，产品不少但是上量的不多，像苗哈哈攻尖，喜来豆豆满贯都卖，但都卖不多。

明年兴安盟的计划是这样：吴长岭处产品重新选择，撤出一些产品,主要作圣豆，攻尖，玉美旺，久久红，喜来豆等几个产品，把苗哈哈豆赢豆利来拿出来，在下面旗县放，在扎旗，突泉等寻找合适客户，建 另一套网络。张铁 民今年做了两个产品玉旺和豆杰，卖 的也不错，但是经过今年运作，我们发现这个客户不是很合适，因为是他和他的亲戚合伙，两个人分歧比较大，但是张铁民做不了主，他的亲戚年龄比较大，继续合作的话可能前景不会很好，考虑产品逐渐退出，减少其销售区域，今年年会时已经沟通好08年把突泉划出来我们自己做，如果明年销量不好的话，就考虑停止合作。中旗明年努力寻找合适的客户。明年计划在乌兰浩特和白城开两到三个推广会，乌兰浩特计划在吴长岭初开，白城计划在洮南开，其他市场根据情况再决定促销策略。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇三**

这几天我梳理了1年以来的工作内容，并将产品经理的工作职责整理出来。按照产品阶段划分，可分为5个方面：

一、市场及用户研究

1.1、市场分析：

发现并掌握目标市场和用户需求的变化趋势，对未来几年市场上需要什么样的产品和服务做出预测；

1.2、竞品分析：

收集竞争对手的资料、试用竞争对手的产品，从而了解竞争对手产品；

1.3、用户研究：

通过定性（用户访谈）、定量（调查问卷）等分析方法对用户需求进行挖掘和分析；

二、产品规划及设计

2.1、产品规划：

确定目标市场、产品定位、发展规划及路线图；

2.2、需求管理：

对来自市场、用户等各方面的需求进行收集、汇总、分析、更新、跟踪；

2.3、产品设计：

编写产品需求文档，包括业务结构及流程、界面原型、页面要素描述等内容；

2.4、版本管理：

维护产品的每个版本的功能列表；

三、开发及项目管理

3.1、需求确认：

组织协调市场、研发等部门，对需求进行评估及确认开发周期；

3.2、项目跟踪：

跟踪项目进度，协调项目各方，推动项目进度，确保完成项目按计划完成； 向领导及相关部门沟通项目进度；

3.3、产品测试：

配合测试部门完成产品的测试工作；

bug管理；

四、产品运营

4.1、流程制定：

组织客服、运维部门，建立用户问题投诉、意见反馈及其他产品相关的工作流程、分工、响应时间要求；

4.2、协调沟通：

与公司领导、相关部门协调资源、沟通产品发展规划、产品发展现状及问题；

4.3、对外合作：

与合作方商讨合作可行性、方案，参与商业合同的编写，跟踪项合作项目的进度、完成；

4.4、问题处理：

跟踪产品运营过程中出现的故障、问题，并进行总结、分析，制定解决方法或纳入到产品改进计划；

协助市场、客服、运维部门，解答或协调解决用户提出的产品问题；

4.5、数据分析：

组织建立并逐步完善业务数据分析系统，确定数据报表样式，建立日/周/月报制度，整理并定期向相关部门提供产品运营数据；

对产品数据进行监控，分析产品运营效果、用户使用行为及需求，以便对产品进行持续性优化和改进；

4.6、文档编写：

建立产品文档库；

编写产品相关文档，如产品白皮书、用户手册、客服手册及其他产品相关文档；

4.7、培训演示：

编写培训教程，并为公司相关部门、用户进行产品培训、产品演示；

五、市场推广

5.1、营销支持：

协助营销部门，提炼产品核心价值、产品卖点、产品资料，参与制定营销、运营推广方案并提供产品支持；

5.2、市场支持：

协助市场部门，参与各类产品发布、推广及各类市场活动。

确定工作职责后，同时也就确定了日常工作文档的保持结构，这样所有的工作资料都能有条不紊地保存，以便于分类管理及查找。以下就是目前我的工作文档存放目录。

由此可见要做好产品经理真不容易，需要思考的东西多，负责的事情多，沟通的次数多。当然，如此磨练几年，收获也会很多。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇四**

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好!

对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年;首先要感谢敦敦教诲的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的同事，感谢那些给我微笑，接纳我和五洲产品的合作者，因为是他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐衷于我的工作，更加热爱我的工作。

一年来，我认真贯彻执行公司销售目标和销售政策，积极配合销售经理做好本职工作，并和其他销售员一道努力拼搏、积极开拓市场，较好地完成了年度销售目标。根据公司管理人员考核办法的通知精神，按照年终述职的有关要求和内容，现将一年来的个人工作述职如下：

1、苏北市场全年任务完成情况。

我负责连、徐、宿地区的销售工作，该地区全年销售万元，完成全年指标1%，比去年同期增加了万元长率为%。与去年相比原老经销商的销量都有所增长，开发的新客户销售也基本稳定，新客户销售额有望有较大突破。

2、重新捋顺销售网络。

在原有的销售网络的基础上，精耕细作。以各经销商为中心，从一个一个市场入手，同经销商编织五洲产品的销售网络，通过我们的努力，和每个经销商细致沟通，耐心做工作，明确各家经销商经销区域范围，做到不重复，不恶意串货，逐一解决售后服务等各项问题，终于让经销商重拾了销售五洲产品的信心。

3、开发空白市场。

连、徐、宿地区三个地区底只有6家经销商，能够正常发货的只有4家，空白县市过多，能正常销售的太少。年初我对空白区域进行重新调研，结合区域生活用纸消费习惯，制定了详细的市场开发方案，寻找合适目标客户，有针对性宣传销售产品。经过一年的努力，全年共开发新客户6家，终端连锁超市1家。

4、组织今年的销售工作。

积极宣传公司各项售政策及淡储旺销政策，苏北区域今年销售量比增加了800万以上。淡储旺销政策是我们公司产品率先把经销商的库房占满，使其不能再储备其他公司的产品，旺季到来，经销商优先销售的都是我们公司的产品，大大提升了公司的销量，甚至一些品种出现断货。如果发货及时的话，今年销量还能提高一块。

5、做好苏北区域各月市场销售分析工作，落实回款进度并向公司领导汇报各月完成情况，对当月的销售工作进行总结分析并根据当月的销售情况及结合全年销售任务做好下月销售计划。

6、每月至少一次与本区域重点客户一起分析市场销售过程中存在的问题，对这些问题及时给予解决，并与客户分析竞争对手，商讨提高市场占有率的办法，将有价值的观点和方法及时反馈给上级领导。

7、积极参与并协助上级领导做好一些销售政策的和流程的制定，并对实施情况进行跟踪落实，做好内勤工作的协助和指导。

一年下来，虽然苏北市场销售工作无论是在销量还是在销售管理方面都取得了突破性的进展，但仍存在一些问题：

1、我们销售工作做得不细、对市场的了解分析不到位，面对市场的激烈竞争反映不够迅速，使我们失去一部分市场。

2、市场串货监管不到位。由于今年销售政策的改变，各家经销商的销售压力比较大，较去年相比个别区域出现串货情况。虽然今年我们对串货问题组织讨论过，但工作还没有做到位，串货问题继续存在，这样对我们产品经销负面影响都很大，对经销商的信心打击比较大。我们销售人员在信息收集、反馈方面做得也不够全面，有的区域能提供信息协助防止串货，而有的区域搜集不到。这说明我们业务人员的业务能力还需更快更好的提高。

3、苏北市场网络规划不好，二三级市场进货渠道比较乱，市场规范不到位，随意销售现象比较严重。

结合销售工作取得的成绩及存在的问题，并根据生活用纸1。5亿元的销售目标，打算从以下几个方面来开展的销售工作：

1、加强市场推广、宣传力度。

在巩固现有的市场份额基础上，加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率;制定市场宣传策助免费帮您找!监督广告投放，实施多媒体传播计划，制定并实施销售活动方案。

2、健全营销网络。

完善客户资料的建立、保存和分类管理，负责客户情况收集、调查，消灭空白县市。

3、做好业务人员培训、交流工作，进一步完善销售管理工作。

我们要对任务进行落实，做到目标明确、责任到人，保证预期目标的实现，同时会加大销售人员的引进及整合，对新进的人员进行全面的培训，使更多的优秀年轻人加入到我们这个销售团队中来。

4、服从大局，团结协作。

在日常工作中，做好销售经理助理的本职工作，努力完成公司领导布置的各项工作，积极为其他同事的工作创造良好的氛围和环境，互相尊重、互相配合。同时，勇于开展批评和自我批评，对其他同事的缺点和错误及时地指出，并督促改正;对自己在工作上的失误也能努力纠正、主动承担责任。

我仍会和所有销售人员一道努力拼搏，力争公司生活用纸销量增长%，为实现公司生活用纸销售总额为亿元的目标而奋斗。

述职人：xxx

20xx年xx月xx日

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇五**

尊敬的各位领导、各位评委、各位同事:

大家，上午好!

我叫xxx，25岁，大学本科学历，中共党员，20xx年8月入行，20xx年8月---20xx年6月在xx支行工作，现任xx分理处综合柜员岗。

今天能站在这里参加此次演讲，内心非常的激动，在此，我要衷心的感谢行领导提供了这次宝贵的公平竞争的机会;同时我也要谢谢这两年多来所有帮助、关心我的同事，正是有了你们的鼓励与引导，我才能从一个刚走出校园懵懵懂懂的毕学生，成长为一名掌握一定工作技能与本领的银行职员。

大行xx，伴我成长。20xx年7月我从xx财经大学毕业，我很幸运，不仅找到了工作，还找到了我一直向往的银行工作，所以这份工作对我而言就不仅仅是解决了就业问题，更是让我坚定了自己的职业上的追求，成为一名真正意义上的银行人。两年多的基层网点工作经历，让我很好的体会了xx培训学校老师教给的“沉下身子，耐住性子，卖好步子”这十二个字。

所以这两年多来虽然我一直在担任综合柜员的岗位，但一直都有要求自己要本着“勤勤恳恳、扎扎实实、好学上进”的态度，努力工作，认真履行的岗位职责，毫无怨言。两年多的基层工作，一方面让我很好的掌握了一名柜员的基本工作内容及相关的系统操作，另一方面，也是很重要的一点是让我对xx银行的业务及各种理财产品有了更多的了解，工作经验也日渐丰富，人也越来越成熟，也具备了一定的业务素质。

今天我要竞聘的岗位是个人金融部产品经理，百度百科对于银行产品经理的解释是：银行产品经理是各类银行尤其是商业银行加强产品全过程创新设计、生产营销、管理服务和应用实施时(特别是在针对客户的个性化需求设计产品应用解决方案时)一种较为有效的岗位。产品经理是商业银行以客户为导向的，具体负责组织(或参与)银行某一金融产品或某一金融产品线的创新设计、生产营销、管理服务和应用实施工作的产品专家。对于产品经理四个字我最直观的字面理解就是专门对银行产品的生产经营和管理服务的银行工作人员;面对客户的需求，如何从我行众多的产品中为客户推荐适合的产品，又如何把xx的产品准确及时的推荐给我们的客户，这些都是产品经理的职责。

中国xx银行是一家大型的国有上市银行，致力于建设面向“三农”、城乡联动、融入国际、服务多元的一流商业银行，xxx个基层营业机构为更好的实现这一宏伟目标打下了坚实的基础;xxxx虽然只是全行xxx个一级支行中的一个，但xxx甚至是xx银行业的发展并不因为xx地处祖国西南边陲而受到制约，相反随着近几年腾冲经济的快速发展，xx银行业的竞争也日趋激烈，先是xx银行于20xx年和20xx年先后在xx新增设两个网点，xx银行也于今年进驻xx。传统银行业的主要营业收入存贷利息差在整个银行业收入中所占比重也在逐年下降，经营转向，大力发展银行零售业务已是全行的共识，产品经理岗就是为了适应业务的发展而设。

我知道要成为一名合格的银行产品经理光有热情是不够的，光靠理论也是不行的，如果我能够走上产品经理的岗位，我将会用最短的时间完成岗位角色的转变，尽快进入工作状态，成为银行和客户之间的纽带和桥梁，客户的利益和需求将是我们工作的永恒出发点，面对客户的业务特点，我们有责任为其量身定做与推荐适用的农行产品。对客户的新需求，我们更要及时向有关部门报告，努力探索与开发相关产品。对现有的客户，与之保持经常的联系是我们应尽的义务，而对潜在的客户，我们更要极目远眺，积极地去开发。

以上是我的个人基本情况及工作思路、目标，如果这次竞聘成功，我会在新的工作岗位上继续努力工作，不辜负领导及同事的信任，如果没有竞聘成功，我也决不气馁，我将继续努力，不断充实完善自我，在今后的工作中进一步提升自己的能力与水平。

我的演讲完毕!

谢谢!

述职人：xxx

20xx年xx月xx日

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇六**

一、20xx年产品经理的主要工作：

1、产品经理的基础工作：产品的设计、包材、宣传、会议支持等。

2、产品知识、卖点及相关知识的培训

3、了解市场需求，解决市场需求

4、产品维护和售后服务及相关的情报的收集、整理、分析。

5、重点产品的政策建议和推广服务工作，了解一线销售，帮助业务员去规划和销售产品，及时了解产品在市场中的反应情况，做出调整

6、做到市场调研不好，就不出新产品，做出一个新产品就要成为公司的主导产品，对重点产品做专门的销售进度表进行跟踪调查，及时了解市场情况，进行调整，打造出3个200万以上的大单品

7、做好业务员和公司之间的桥梁关系，及时沟通

8、严格把控费用的审批和费用使用过程中的监督工作

9..严格控制产品包材库存，给公司减轻生产压力

二、差距和不足

1、产品的设计包装还不够认真细致和精美，存在很多纰漏和瑕丝。会议、宣传的准备工作不到位，存在自身工作的不足。

2、对重点产品的推广力度和政策支持的贡献力不够。重点产品的关注点不对和时机把握不好，需要加强重视和力心调整。

3、产品的维护和售后不够系统和完善，维护工作应该在设计产品的时候就应该配套和做好预案。售后服务应该前移，做在产品使用的前面，而不只是后期的弥补和解决矛盾和问题。另外对重点产品和前沿产品的信息收集、整理、分析不够，工作只是做了皮毛，离完美还有很大差距。

4、培训缺乏执行力这个行业普遍存在的问题，没有解决好，只培不训，在培训结果以及应用上还有很大空间和工作要做。

5、作为产品经理的很多工作都没有做，只是简单的做了一些基本的工作，产品经理工作还缺乏系统化、专业化。

6、执行力不够，问题拖拉时效性不够，协调沟通不足，专业技能还待加强。

三、20xx年对产品经理工作的认识和自我要求

1、岗位和工作关系

1、岗位名称：产品经理

2、直接上级：市场部经理

3、本职工作：公司产品的战略规划、开发、策划、推广、管理、服务和品牌建立

2、工作责任：

1、市场研究

（1）及时收集、处理所负责产品的各方面信息，做好产品的市场分析、销售策略分析工作；为本人和相关人员的决策提供依据。

（2）市场进行细分，选取目标细分市场信息，确定产品定位。

2、产品策划

（1）及时和设计师完成公司相关产品包装、样本、彩折、广告、其它各种附属图文资料的创意、设计等日常工作。

（2）协助公司领导层确定产品价格，根据市场变化及时提出调整价格的建议和方案。

（3）及时收集、整理、分析市场上相关竞争产品的各种资料和信息，协助确定产品发展目标及战略(制定主管产品的销售策略、宣传策略、培训计划等)。

（4）完成产品的商品市场化、市场调研、分析、策划，贯彻公司产品的市场营销方案和手段（协助制订产品总体销售策略）。

（5）负责对开发新产品进行市场调研，对产品的开发方向提出建议;参与新产品的场前期推广及销售工作。

（6）负责新产品上市计划；产品组合规划；产品分销模式设定；产品销量规划；

（7）负责公司客户的管理，包括大客户的管理、档案管理、风险管理。

3、产品生命周期管理

（1）进行市场调研，对行业及相关行业的发展进行调研。

（2）负责对销售人员进行产品知识、市场和竞争信息的`培训。

（3）建立与产品有关的专家队伍，并通过开展各种营销活动加强与客户的合作。

（4）做好产品从进入市场的引入期一直到衰退期的整个生命周期的规划、维护和管理。

（5）建立健全产品销售预测预报系统；

（6）提出产品退出的建议和方案，经批准后监控实施。

4、展会的设计安排

（1）有关展会的参加决定

（2）展会参加的设计、布置、人员安排。

（3）媒体宣传和企业、产品品牌的规划和宣传

5、证件开发、公共关系、突发事件的协调处理

（1）负责公司产品的证件开发和管理。

（2）协助销售人员解决好市场当中产品引起的纠纷和矛盾。

（3）协助销售人员做好政府采购、竞投标、紧急救护和避险等事件的处理。

3、权限：

1、公司产品线的制定、建议、开发权利。

2、所负责产品的年度促销、广告计划与预算以及市场费用的批准权利。

3、对各种市场活动监督与控制。

4、紧急情况的越级汇报权利。

四、自我锻造努力做好本职工作：

1、强化敏锐的观察力和精益求精的态度，能够从事情的表象中分辨出真正症结所在。“察人所未察”。

2、必须加强农药、化工、植保、管理等知识的学习，熟悉产品，视产品为老婆。

3、了解自己及竞争对手以及行业产品的发展。掌握市场动态的预见能力。

4、掌握成熟的表达、沟通技巧。建立良好的人际关系及团队管理能力。

5、不断自我检测和调整，让自己的失误更少一些，总结和发挥出更多的经验。

6、养成一些良好的生活习惯，学会日日阅读，时时思考。随手笔记。不管在什么时间与地点得到灵感，就随手记下。头脑风暴。不断思考，不断演化，提升思路。自我松弛。学会放松自己，会休息才会工作。

7、时刻要求自己，严格遵守社会职业道德。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇七**

从九月份到现在，我调动到xx营销工作已近3个月多月了，在这不算很长的时间里作为个人来说我是十分充实和宝贵的一段经历，加上我在我xx的实习工作和在总部的培训加入st集团已经有一年多的工作时间了。如果把我个人的工作认识分成三个阶段，我现在已处第三个阶段。同时我也是按照公司对我们的要求和个人制定的学习计划循序渐进开展工作和锻炼自己。

以下我将从市场层面，渠道层面，和操作层面的门店管理以及财务核对谈谈我个人对我们帅康产品在渠道市场和销售的想法。

一、市场层面

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大;从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型;而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，xx康家等。而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化;购物环境好等便利;同时销售容易受季节性影响，消费者认知度(门店数量较少)和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会!挑战!

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。以xx市场百安居xx年“五一期间七天满买厨卫电器xx送xx”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：

1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。(不足六千元，此券无效)

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，(因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客)所以百安居流失了大量的橱柜顾客。此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。对于百安居的利润来源，我有这么几点认识。第一，提高销售自然可以弥补部分的利润，第二，由于橱柜的返点高于电器的返点，平均点位在25个点以上，水槽、拉篮等用券可以购买的商品的点位更高，水槽能达到33个点以上。第三，也是最重要一点，一般顾客在购买橱柜的消费层次在4000元左右，高档的顾客消费也不过在7500左右，达不到用券的要求，因此如果顾客想用券就必须提高橱柜的消费层次，选择价格更好的水槽或者提高橱柜单位延米的价格，进而加大了百安居的整体利润空间。

按某顾客在百安居购买一套烟机灶具，平均最低消费在xx以上，订做刚好6000元的橱柜，(其中水槽，拉篮，等小配件费用xx，板材费用4000元计算)百安居整体利润为：

xx\*20%+4000\*25%+xx\*35%=2100

扣去返券金额百安居依然有利润支持店面的运做，而事实上顾客的消费往往要远高于以上的最低值。

纵上分析，在该按例中，百安居虽然损失了部分利润，但并不会出现亏损，再加上板材，油漆等其他商品的整体销售，百安居依然有利润。与此同时，它还加大了在建材行业里的霸主地位。

借鉴百安居五一的活动，假设在相对成熟或销售空间增长较大的市场，如果能结合st牌水槽或橱柜同时推进，销售规模和利润不是没有可能有较大的增长!就目前我们烟灶(消)套餐搭配的形式，在某一中促销活动中如果我们的整体资源有限，无法像百安居做出如此大的促销规模，但我们可以烟机做平台，损失烟机的利润，用灶具来弥补烟机的利润，进而达到整体利润保障。

二、渠道层面

不同的市场渠道间的竞争存在不同的程度：渠道间的并购和牵制，用实力说话，大鱼吃小鱼是发展趋，总的来说家电连锁还是占据着很大的优势属于强势渠道，建材渠道目前属于开发成长型，而我们处于家电食物链的下游!而公司有效资源往往往优势渠道倾斜。在xx这段时间，我重视良好的学习习惯，培养自身对市场节奏的感觉和在理解握渠道间的平衡的意义。

在xx大中作为优势渠道，和国美，苏宁，建材超市等渠道共同上演着“三国演义”，“车，马，炮各有各的着”共同瓜分市场。“螳螂吃虫，黄鹊在后”。另一方面在我建材渠道内部如同一个小的市场同时存在：百安居，东方家园，天津家居，好美家和家福特，乐华梅兰以及永乐系统等子系统!“既要面对人民外部矛盾也处理人民内部矛盾”作为渠道销售助理，要解决各种问题，作为公司销售渠道之一，应该要有大局观点，要配合公司政策来制定本部门工作计划，任务分配，店面管理，落实到各门店主管，协调好本渠道的工作。

建材渠道在xx市场处于非强势地位，相对大中，国美等渠道来说门店数量少规模不大，销量较少，但单店效益较好。站在公司来说通常资源会向大中，国美等渠道倾斜。将有限资源合理配置，有的放矢，以确保整体销售完成!一样在我们建材渠道内同样夜会采用相似方式来处理各子系统之间的销售政策，以不同的时间段，不同的方式结合店面情况，争取渠道资源以确保销售任务的完成。

以xx市场建材活动为案例分析：时间11.21.到11.27.(xx大中，国美，苏宁各有店庆)

家园系统(6家)满xx返1000券店面承担，特价除外(店面部门间不得使用)

家居系统全场单机8折，特价除外(2家)

好美家系统指定小区按9.2折，其他均不参加(2家)

百安居全场满5000返500电器指定用券(4家)

尽管都是店面承担折扣费用，但实际中我们还是有选者性得参加了东方家园的活动，和百安居活动而没有参加另外系统活动或控制其他门店活动在一定程度以内，尽管有来自采购店面经理的压力但，但我们必须这样对待。合理利用系统竞争，通过政策倾斜配合公司其他渠道的销售，减少乱价发生的可能，同时在渠道内部有的放矢，把没有参加活动的系统失去的销量在其他门店抬起来。

从渠道来说同样它们在合并，开店的同时也对入场品牌加紧洗牌，只要我们的销售商品在该系统同类型商品中销售占比到一定程度，我们同样也有相应的发言权，

在实际工作中，我将协助管理的门店按销售标准重新划分，每周统计出单店销量第一，门店销售增长率第一，最落后地第一，欧式烟机，热水器和竞品占比等资料。有针对性的开展门店管理，发现问题，找出原因，最后解决问题(尽可能快的)对优势门店要继续保持，对有增长潜力的店要关注。尤其是在“金九银十”黄金周的备战工作尤其重要。

十一过后我将店面工作重点放在了门店调整和中小门店销量提高上，挖掘其销量增长来源。如东方家园西三旗店，来广营店，百安居马连道店。其中以西三旗店为例：该店由于前期各中原因销量落差很大。针对该店实际情况，接手前期没有完成样机处理工作，更替驻店促销员提高促销员信心，切实解决遗留的出样比例，陈旧，品种结构单一问题，终端生动化。改善店面关系，重塑店面对我st形象;在尽可能的情况下以最少的投入换得店面资源的支持。在接受任务后两个星期内在大家共同努力下，由周不到5000提高到周近2xx，月近1xx0销量有了很大的增长。另外一方面对于促销员管理我总的原则可以概括为：将心彼心，恩威相济;利情法相结合，建立一种信任感。

总之，水无常型，只要对具体的卖场有所认识后，摸清脉络，分主分次，才能在门店管理上学到更多的知识，提高对一线终端，核心门店的掌控能力。及时处理各种突发事件，做好销售，不断积累自己的经验。

三、财务核对

建材渠道到财务工作是相对于其他渠道来说较为烦琐的，主要体现在以下几个方面：各子系统对帐，转销售，店面财务核对时间不统一;各子系统办理对帐所需要基本手续不同，办理转销售和排款支付时间较长;有时开票号码和销售金额错对，扣除费用不明等情况。而作为建材渠道电器销售属于特殊定单单产品，如果涉及到退货，导单情况出现，手续繁琐。因因此对于建材渠道来说对财务工作尤其重要。在平时的工作中，几乎每一笔业务来往都要记录在电脑数据库中，工作量也很大，工作必须很细致。在进三个多月的工作中我对财务知识也有了一定了解，熟悉了财务结算，核对帐务，和税务票据的核对流程;知道了如何合理的加快对帐流程和效率，缩短回款周期;但仅仅知道这些我觉得还远远不够，以后随着地方市场的精耕细做，对一名优秀营销人的考核必将是全面的和科学的，更加注重效益以利润为导向做市场，做单店效益。如果不懂财务知识犹如“盲人摸象”。

通过在sk实习和工作，从xx到总部再到xx，让我体会到了两类不同市场。如果说xx市场是一杯纯正的果汁，清醒诱人。那么xx如同是一杯上好的红酒，值得好好回味体会。不同的土壤酝酿出来的地域文化和市场成熟度，决定了不同的市场策略。回想在xx这三个多月的经历对我们来说都有不同的体会。

述职人：

20xx年xx月xx日

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇八**

一、市场层面

建材超市作为电器销售的新兴渠道，市场规模和潜力巨大;从建材渠道来说就分：百安居，乐华美兰，东方家园，好美家，天津家居等子系统，从经营方式来说属于超市类型;而目前还有商铺租赁+部分超市如居然之家，红星美凯龙，武汉康家等。

而我们目前所面对的主要是以百安居和东方家园为代表的建材超市。

从渠道管理上，建材超市相对国美，苏宁，大中，永乐等电器连锁，扣点较低，开单手续规范，超市相关商品关联性强，家居购物一体化;购物环境好等便利;同时销售容易受季节性影响，消费者认知度(门店数量较少)和接受度相对电器连锁来说不高，尚处于消费者市场成长期。

据调查目前消费者在连锁渠道和在建材超市购买电器的比例为8：2，是机会!挑战!

从当前国家宏观经济发展，尤其是以房地产行业为上游产业发展来说建材渠道将会充满机会和挑战。

以北京市场百安居xx年“五一期间七天满买厨卫电器xx送xx”活动案例来看，就具有相当的代表性。

分析如下：

具体活动内容是，在百安居购买任何品牌的烟机、灶具、消毒柜，满两千元即可参加返两千元橱柜券的活动。

此次的活动百安居自己独自承担，表面上看白安居，我个人对此次活动有几点认识，认为百安居在这次活动中实际上并无严重亏损，首先我们来看一下，此次的返券的几点要求：

1、此券仅限于在百安居内购买任何品牌橱柜和橱柜的配件，且不可兑换现金。

2、此券在使用时必须在购买橱柜每满六千元仅能使用两千元抵用券。

(不足六千元，此券无效)

3、此券有效期从5月1日—5月15日。

从券的这几点要求来看我认为，首先百安居抓住了大多数的顾客在选购烟机的同时需要订做橱柜，但由于百安居内部的几个品牌的橱柜一般比市面上的橱柜档次要高一点，价格也要高一点，平时有很多顾客是在百安居购买烟机但不在百安居订购橱柜，(因为，购买烟机的顾客远远多于订购橱柜的顾客)所以百安居流失了大量的橱柜顾客。

此次的返券活动将烟机于橱柜互动起来，用烟机的销售带动橱柜，形成联动式销售，提高了烟机于橱柜的销售。

其次，关于返券的费用，百安居利用它作为建材超市的整体资源优势，用其他商品的利润来弥补电器返券所流失的利润。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇九**

一、20xx年产品经理的主要工作：

1、产品经理的基础工作：产品的设计、包材、宣传、会议支持等。

2、产品知识、卖点及相关知识的培训。

3、了解市场需求，解决市场需求。

4、产品维护和售后服务及相关的情报的收集、整理、分析。

5、重点产品的政策建议和推广服务工作，了解一线销售，帮助业务员去规划和销售产品，及时了解产品在市场中的反应情况，做出调整。

6、做到市场调研不好，就不出新产品，做出一个新产品就要成为公司的主导产品，对重点产品做专门的销售进度表进行跟踪调查，及时了解市场情况，进行调整，打造出3个200万以上的大单品。

7、做好业务员和公司之间的桥梁关系，及时沟通。

8、严格把控费用的审批和费用使用过程中的监督工作。

9、严格控制产品包材库存，给公司减轻生产压力。

二、差距和不足

1、产品的设计包装还不够认真细致和精美，存在很多纰漏和瑕丝。会议、宣传的准备工作不到位，存在自身工作的不足。

2、对重点产品的推广力度和政策支持的贡献力不够。重点产品的关注点不对和时机把握不好，需要加强重视和力心调整。

3、产品的.维护和售后不够系统和完善，维护工作应该在设计产品的时候就应该配套和做好预案。售后服务应该前移，做在产品使用的前面，而不只是后期的弥补和解决矛盾和问题。另外对重点产品和前沿产品的信息收集、整理、分析不够，工作只是做了皮毛，离完美还有很大差距。

4、培训缺乏执行力这个行业普遍存在的问题，没有解决好，只培不训，在培训结果以及应用上还有很大空间和工作要做。

5、作为产品经理的很多工作都没有做，只是简单的做了一些基本的工作，产品经理工作还缺乏系统化、专业化。

6、执行力不够，问题拖拉时效性不够，协调沟通不足，专业技能还待加强。

三、20xx年对产品经理工作的认识和自我要求

（一）岗位和工作关系。

1、岗位名称：产品经理。

2、直接上级：市场部经理。

3、本职工作：公司产品的战略规划、开发、策划、推广、管理、服务和品牌建立。

（二）工作责任

1、市场研究

（1）及时收集、处理所负责产品的各方面信息，做好产品的市场分析、销售策略分析工作；为本人和相关人员的决策提供依据。

（2）市场进行细分，选取目标细分市场信息，确定产品定位。

2、产品策划

（1）及时和设计师完成公司相关产品包装、样本、彩折、广告、其它各种附属图文资料的创意、设计等日常工作。

（2）协助公司领导层确定产品价格，根据市场变化及时提出调整价格的建议和方案。

（3）及时收集、整理、分析市场上相关竞争产品的各种资料和信息，协助确定产品发展目标及战略。

（4）完成产品的商品市场化、市场调研、分析、策划，贯彻公司产品的市场营销方案和手段。

（5）负责对开发新产品进行市场调研，对产品的开发方向提出建议；参与新产品的场前期推广及销售工作。

（6）负责新产品上市计划；产品组合规划；产品分销模式设定；产品销量规划。

（7）负责公司客户的管理，包括大客户的管理、档案管理、风险管理。

3、产品生命周期管理

（1）进行市场调研，对行业及相关行业的发展进行调研。

（2）负责对销售人员进行产品知识、市场和竞争信息的培训。

（3）建立与产品有关的专家队伍，并通过开展各种营销活动加强与客户的合作。

（4）做好产品从进入市场的引入期一直到衰退期的整个生命周期的规划、维护和管理。

（5）建立健全产品销售预测预报系统。

（6）提出产品退出的建议和方案，经批准后监控实施。

4、展会的设计安排

（1）有关展会的参加决定。

（2）展会参加的设计、布置、人员安排。

（3）媒体宣传和企业、产品品牌的规划和宣传。

5、证件开发、公共关系、突发事件的协调处理。

（1）负责公司产品的证件开发和管理。

（2）协助销售人员解决好市场当中产品引起的纠纷和矛盾。

（3）协助销售人员做好政府采购、竞投标、紧急救护和避险等事件的处理。

（三）权限

1、公司产品线的制定、建议、开发权利。

2、所负责产品的年度促销、广告计划与预算以及市场费用的批准权利。

3、对各种市场活动监督与控制。

4、紧急情况的越级汇报权利。

四、自我锻造努力做好本职工作

1、强化敏锐的观察力和精益求精的态度，能够从事情的表象中分辨出真正症结所在。“察人所未察”。

2、必须加强农药、化工、植保、管理等知识的学习，熟悉产品，视产品为老婆。

3、了解自己及竞争对手以及行业产品的发展。掌握市场动态的预见能力。

4、掌握成熟的表达、沟通技巧。建立良好的人际关系及团队管理能力。

5、不断自我检测和调整，让自己的失误更少一些，总结和发挥出更多的经验。

6、养成一些良好的生活习惯，学会日日阅读，时时思考。随手笔记。不管在什么时间与地点得到灵感，就随手记下。头脑风暴。不断思考，不断演化，提升思路。自我松弛。学会放松自己，会休息才会工作。

7、时刻要求自己，严格遵守社会职业道德。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十**

曾经很青涩，保留了一份当年刚入行时纯真的认知!那年那月那日，加入公司是我做出最重要的决定之一。恰逢三个月，该照镜子、正衣冠。目前作为一名初级产品经理，有很多地方需要提升，以下几个关键词可进行说明：

一、沟通能力

好的沟通能力能有效传达信息、观念、思想，把握对方意图，说服别人，让他人接受自己的观点或想法。音频视频点播产品需求分析阶段，在跟需求方沟通的过程中，需求几经易稿，沟通效率不是很高。

如果重来我会跟需求方一起一次性穷举需求，以场景、用途、流程先后为次序，将需求分在不同大类中，理出产品主线，以用户价值和技术实现两个维度来对需求进行优先级排序。

如后续迭代时，双方需沟通清楚这个需求的目标用户、用户的痛点、问题出现的频次、现有方案的局限性、建议方案、改进的投入产出比。这样双方可以减少重复沟通的成本甚至不必要的争论，化干戈为玉帛。

二、产品规划

产品规划是根据产品定位做一个发展战略，其关键打法分三步走：

1、夯实基础体验，满足用户的核心诉求，此举最重要、最深远。这次音频视频点播项目，尽管前期产品需求做了几次更改，但不变的还是播放功能。

2、扩展期望性需求，包括企业需求和用户需求的期望所在。音频视频点播围绕播放功能做了扩展功能：视频评分、视频下载、下载管理。

3、挖掘增值需求，满足用户个性化诉求，与竞品形成差异化竞争、短期口碑传播，比如开设刚需课程。

三、产品设计

产品设计落地最重要的方式就是画原型、写文档。

一方面输出一份高质量的原型图，有助于ui更有动力去出高质量的效果图。也就是说，上游的质量影响着下游的质量。

基本上，音频视频点播原型图都是我“一针一线”画出来的，个人不太认同产品经理在画原型图的时候去截别人的图，这貌似很省事也很有效率，但对后续修改带来麻烦。

另一方面输出一份高质量的交互稿，有利于开发快速理解业务流程，写代码的时候也更有效率。

当然，交互设计除了要考虑业务流程，也要遵循尼尔森十大交互原则。

四、学习能力

就目前研发部整个工作流程和任务来看，懂产品而不懂技术是远远不够的，我后期会在这两个方面做提升：一是培养美学设计鉴赏判断力，协助ui设计师更好地完成高保真视觉方案；二是了解编程、数据库、客户端技术、服务端技术等，这有助于我在与工程师的工作配合和沟通中起到关键作用。

《孟子离娄下》“资之深，则取之左右逢其原”，作为初级产品经理，我正在进阶路上。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十一**

转眼间我到xx工作已经x年了，在领导的培养帮忙和同事们的支持下，我从一个法学专业出生的学生成长为一个能够熟练掌握大部分业务的员工。xxx年x月我从xx调至xx支行从事产品经理岗们工作，静心回顾这一年的工作生活，我感觉收获颇丰，现将这一年的学习工作状况总结如下：

一、加强学习、提高素质

我今年二月份从xx调到xx支行从事产品经理工作，以前对资产业务接触比较少，并且各项业务变化比较多，这就需要我静下心来重新学习信贷业务知识，在我到岗理清思路后，我自觉加强各种金融产品的理论知识学习，提高自我对我行金融产品的理解，并在较短时间内熟悉信贷业务，在领导和师傅们的帮忙下，很快就上手了。我想只有自我对业务掌握透彻后才能更好的为客户带给服务。

作为一名产品经理，我深刻体会和感触到该岗位的职责，客户经理是我行资产业务对公众服务的一张名片，是客户与我行联系的枢纽，怎样更好地服务好客户是我要学习和进步的地方，一方面要熟悉自我行里的业务产品，明白自我能够给客户带来什么，另一方面，要明白客户需求什么，尤其是后一方面，明白了客户的需求，才能去有的放矢的服务客户。

二、脚踏实地、勤奋工作

作为一名产品经理，我勤勤恳恳，任劳任怨。我的工作主要是银行资产业务，为单位创造效益的同时还要时刻把握业务风险，不能因为自我的疏忽给银行带来损失，这就要求我做事要细心，观察要仔细，调查要属实，报告要认真，分析要专业，在维护好存量客户的同时要努力挖掘新的客户，并以专业的业务处理潜力来满足客户的需求，在优先获取营业利润的同时实现个人合规工作，保证信贷资金的安全。

三、存在不足

对挖掘现有客户资源，客户好中选优，提高客户数量和质量，提升客户对我行更大的贡献度和忠诚度还有待加强。我还需要进一步克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性，多干少说，在实践中完善提高自我。

在新的一年，我将再接再厉，更加注重对新的规章、新的业务、新的知识的学习专研，改善工作方式方法，用心努力工作，增强服务意识，争取在各个方面取得进步，成为一名优秀产品经理。

1、养成一些良好的生活习惯，学会日日阅读，时时思考。随手笔记。不管在什么时间与地点得到灵感，就随手记下。头脑风暴。不断思考，不断演化，提升思路。自我松弛。学会放松自己，会休息才会工作。

2、时刻要求自己，严格遵守社会职业道德。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十二**

曾经很青涩，保留了一份当年刚入行时纯真的认知！那年那月那日，加入公司是我打造最重要的决定之一。恰逢三个月，该照镜子、正衣冠。目前启用一名初级产品打造，有推行地方启用提升，以下几个启用词可进行说明：

1、沟通能力

好的打造能力能推行传达信息、观念、思想，把握对方意图，说服别人，让他人接受自己的观点或想法。音频视频点播产品需求打造阶段，在跟需求方沟通的打造中，需求几经易稿，沟通效率不是很高。

如果重来我会跟需求方一起打造性推行需求，以打造、用途、流程先后为推行，将打造分在不同大类中，理出产品打造，以推行价值和启用实现两个推行来对启用进行打造级排序。

如后续迭代时，双方需启用清楚这个推行的打造用户、用户的痛点、问题出现的频次、现有方案的打造性、建议推行、改进的打造产出比。这样双方可以减少重复沟通的推行甚至不必要的打造，化干戈为玉帛。

2、产品规划

打造规划是启用产品推行做一个启用战略，其打造打法分三步走：

一是打造基础体验，满足用户的打造诉求，此举最重要、最深远。这次音频视频点播项目，尽管打造产品启用做了几次更改，但不变的打造播放功能；

二是打造期望性推行，包括打造需求和推行需求的打造所在。音频视频点播围绕打造功能做了启用功能：视频评分、视频下载、下载管理。

三是打造增值需求，满足用户个性化诉求，与推行形成差异化打造、短期口碑传播，比如开设刚需课程。

3、产品设计

打造设计启用最重要的打造就是画原型、写文档。

一方面输出一份高质量的打造图，有助于ui更有打造去出高质量的打造图。也就是说，上游的质量打造着下游的质量。

基本上，音频视频点播原型图都是我“一针一线”画出来的，个人不太认同产品打造在画原型图的时候去截别人的图，这貌似很省事也很有推行，但对启用修改带来麻烦。

另一方面输出一份高质量的打造稿，有推行开发快速启用业务流程，写代码的打造也更有效率。

打造，交互设计启用要打造业务推行，也要打造尼尔森十大交互原则。

4、学习能力

就打造研发部推行工作流程和启用来看，懂产品而不懂技术是远远不够的，我后期会在这两个方面做提升：

一是打造美学设计推行判断力，协助ui设计师更好地打造高保真视觉方案；

二是打造编程、数据库、客户端技术、服务端技术等，这有助于我在与打造师的启用配合和推行中起到启用作用。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十三**

1.市场

明道：对于市场必须明确软件创造客户价值，市场驱动研发的道理，产品不能脱离最终用户，必须关注于产品设计和用户体验。同时产品和品牌需要经营，有市场化意识重点首先就要有产品品牌意识。

优术：对于用户体验方法最重要的仍然是ucd和交互设计，进一步关注产品易用性提升。对于市场方面重要的方法是ipd中的mm市场管理部分，包括理解市场和细分市场，因此更多会涉及到战略驱动的差异化竞争。而对于需求也是市场环节重点，需求主要为细分市场服务，因此最重要的方法工具仍然是$appeals方法论。

实践：产品宣传册，个人邮件签名，和客户的在线协作沟通平台，计划任务反馈平台，周报月报，季度会议，需求调研和需求收集，产品定期回访。

2.管道

明道：在ipd中涉及到管道管理和资源管理。因此在讲管道的时候首先就要意识到要有所为，有所不为。要充分合理的利用好手里面的资源。不仅仅要提高资源利用率，同时要提高资源的生产率。由于管道的容量是有限的，因此需要识别项目或需求的优先级，让它们按一定的优先顺序通过管道。对于产品经理一定要意识到自己管理的不是一个产品或项目，而是一个由多个项目组成的项目群。

优术：首先是多项目管理的方法，衍生的管道管理和资源管理，最高层的组合项目管理和组合规划。

实践：pdb过程数据管理系统，数据分析和量化，ppm资源管理系统(资源生产率和利用率分析)

3.产品

明道：产品经理的重点是产品创造价值，因此产品经理关注点贯穿整个产品生命周期，在项目周期前增加了用户调研，产品设计和产品规划;在项目周期后增加了产品经营和推广。产品

经理同样关注项目，当时产品经理更多应该是以用户的眼光，项目本身不创造价值，而创造价值的是最终的产品。

优术：pace或ipd的产品开发核心要素，结构化产品开发，产品规划的方法论。

实践：产品路标规划和版本规划，产品阶段决策和项目阶段评审，形成产品经理+项目经理+业务架构的产品管理铁三角;形成产品经理+业务架构+技术架构的产品设计铁三角。

4.项目

明道：产品经理同样也关注项目，但是他们不是项目经理，因此产品经理对于项目的关注更多的是项目目标的制定，项目范围的确定以及同产品需求的匹配度，项目周期中的关键点监控。项目的目标就是多快好省，但是在项目的多个要素之间应该做好平衡，而平衡最终又是由目标驱动的。

优术：cmmi，敏捷方法论，seru需求方法论，pmbok项目管理知识体系。

实践：敏捷诸多方法论的应用，每日晨会，每日构建和冒烟测试，产品backlog，评审，seru需求，复牌。

5.团队

明道：团队始终是研发企业的核心竞争力，而对于团队建设的重点又在于团队精神和文化的塑造。团队往往会深深的打上领导者的烙印。领导力+教练是产品经理在团队中作用的重要体现，产品经理需要时刻考虑的就是如何激发团队成员的热情，提升他们的技能，增强相互间的协作。

优术：人力资源管理，程序员心理。

实践：通过在线协作和任务管理工具形成项目群管理和跨项目管理，形成围绕项目为主线的全流程跟踪，包括和项目相关的任务，周报，问题风险，文档等。关注q12建设，项目骨干成员的定期单独沟通，一分钟表扬。

6.绩效

明道：考核不是目标，最终目标是个人价值和工作成就感的提升。对于绩效需要时刻向团队成员传达三个凡是的思路，即凡事有计划，凡事有执行，凡事有改进。

优术：平衡计分卡，kpi指标体系的建立，主基二元考核法。

1.银行运营经理述职报告

2.银行客户经理述职报告

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十四**

一年下来，虽然xx市场销售工作无论是在销量还是在销售管理方面都取得了突破性的进展，但仍存在一些问题：

1、我们销售工作做得不细、对市场的了解分析不到位，面对市场的激烈竞争反映不够迅速，使我们失去一部分市场。

2、市场串货监管不到位。由于今年销售政策的改变，各家经销商的销售压力比较大，较去年相比个别区域出现串货情况。虽然今年我们对串货问题组织讨论过，但工作还没有做到位，串货问题继续存在，这样对我们产品经销负面影响都很大，对经销商的信心打击比较大。我们销售人员在信息收集、反馈方面做得也不够全面，有的区域能提供信息协助防止串货，而有的区域搜集不到。这说明我们业务人员的业务能力还需更快更好的提高。

3、xx市场网络规划不好，二三级市场进货渠道比较乱，市场规范不到位，随意销售现象比较严重。

结合销售工作取得的成绩及存在的问题，并根据生活用纸xx亿元的销售目标，打算从以下几个方面来开展的销售工作：

1、加强市场推广、宣传力度。

在巩固现有的市场份额基础上，加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率；制定市场宣传策助免费帮您找！

略，监督广告投放，实施多媒体传播计划，制定并实施销售活动方案。

2、健全营销网络。

完善客户资料的建立、保存和分类管理，负责客户情况收集、调查，消灭空白县市。

3、做好业务人员培训、交流工作，进一步完善销售管理工作。

我们要对任务进行落实，做到目标明确、责任到人，保证预期目标的实现，同时会加大销售人员的引进及整合，对新进的人员进行全面的培训，使更多的优秀年轻人加入到我们这个销售团队中来。

4、服从大局，团结协作。

在日常工作中，做好销售经理助理的本职工作，努力完成公司领导布置的各项工作，积极为其他同事的工作创造良好的氛围和环境，互相尊重、互相配合。同时，勇于开展批评和自我批评，对其他同事的缺点和错误及时地指出，并督促改正；对自己在工作上的失误也能努力纠正、主动承担责任。

我仍会和所有销售人员一道努力拼搏，力争公司生活用纸销量增长x%，为实现公司生活用纸销售总额为亿元的目标而奋斗。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十五**

对于我来讲是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年、是感恩的一年；首先要感谢敦敦教诲的领导，感谢团结上进的同事帮助鼓励，感谢在我沮丧时鼓励我给我打气相信我的同事，感谢那些给我微笑，接纳我和五洲产品的合作者，因为是他们的帮助、认可、信任、鼓励才能使我更加乐衷于我的工作，更加热爱我的工作。

一年来，我认真贯彻执行公司销售目标和销售政策，积极配合销售经理做好本职工作，并和其他销售员一道努力拼搏、积极开拓市场，较好地完成了年度销售目标。根据公司管理人员考核办法的通知精神，按照年终述职的有关要求和内容，现将一年来的个人工作述职如下：

1、xx市场全年任务完成情况。

我负责连、徐、宿地区的销售工作，该地区全年销售万元，完成全年指标x%，比去年同期增加了万元长率为%。与去年相比原老经销商的销量都有所增长，开发的新客户销售也基本稳定，新客户销售额有望有较大突破。

2、重新捋顺销售网络。

在原有的销售网络的基础上，精耕细作。以各经销商为中心，从一个一个市场入手，同经销商编织五洲产品的销售网络，通过我们的努力，和每个经销商细致沟通，耐心做工作，明确各家经销商经销区域范围，做到不重复，不恶意串货，逐一解决售后服务等各项问题，终于让经销商重拾了销售五洲产品的信心。

3、开发空白市场。

连、徐、宿地区三个地区底只有x家经销商，能够正常发货的只有x家，空白县市过多，能正常销售的太少。年初我对空白区域进行重新调研，结合区域生活用纸消费习惯，制定了详细的市场开发方案，寻找合适目标客户，有针对性宣传销售产品。经过一年的努力，全年共开发新客户x家，终端连锁超市x家。

4、组织今年的销售工作。

积极宣传公司各项售政策及淡储旺销政策，xx区域今年销售量比增加了xx万以上。淡储旺销政策是我们公司产品率先把经销商的库房占满，使其不能再储备其他公司的产品，旺季到来，经销商优先销售的都是我们公司的产品，大大提升了公司的销量，甚至一些品种出现断货。如果发货及时的话，今年销量还能提高一块。

5、做好xx区域各月市场销售分析工作，落实回款进度并向公司领导汇报各月完成情况，对当月的销售工作进行总结分析并根据当月的销售情况及结合全年销售任务做好下月销售计划。

6、每月至少一次与本区域重点客户一起分析市场销售过程中存在的问题，对这些问题及时给予解决，并与客户分析竞争对手，商讨提高市场占有率的办法，将有价值的观点和方法及时反馈给上级领导。

7、积极参与并协助上级领导做好一些销售政策的和流程的制定，并对实施情况进行跟踪落实，做好内勤工作的协助和指导。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十六**

本人于20xx年1月份进入xx银行工作。在银行的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在xx银行领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

一、产品支撑工作

在进行产品支撑工作的过程中，认真学习各种产品是指，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力;在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对有此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，最后支撑中心派施工单到我行，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

过去的一年是进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约50条互联网专线、语音专线，并且完成xx地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

二、指标跟踪工作

在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

我行的指标主要分为年考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中;使季度考核指标和月考核指标服务于年考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

三、培训工作

在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前准备好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓“书山有路勤为径，学海无涯苦做舟”只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

四、问题以及缺点总结

回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进入银行的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，“实践出真知”，本人在工作中不断发现自己的错误，也及时改进了自己的错误。在今后的工作中，我会努力提高自身的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。

**产品经理述职报告 规划 产品经理述职报告 篇十七**

我于20xx年1月调往分理处担任产品经理一职。在分理处工作的将近12个月的工作中，我勤奋努力，注重创新，在自身业务水平得到了不断提高的同时，于思想意识方面也取得了不小的进步。现将我本人在担任产品经理工作期间的情况总结汇报如下：

20xx年11月21日，我由处调往处担任产品经理一职，在分理处领导和各同事的关心指导下，用较短的时间熟悉了新的工作环境。在工作中，我能够认真学习各项金融法律法规，积极参加行里组织的各种学习活动，不断提高自己的理论素质和业务技能。通过这次全方位的培训和学习，使我深刻意识到自身岗位的重要性和业务发展的紧迫感。在工作中，我把所学到的理论知识和客户所遇到的实际问题相结合，勇于探索新理论、新问题，创造性的开展工作。

到了新的岗位，自己的工作经验、营销技能和其他的产品经理相比有一定的差距。

且到了新的工作环境，对分理处业务往来频繁的对私对公客户都比较陌生，加之分理处的大部分存量客户已划分到其他产品经理名下。要开展工作，就必须先增加客户群体。到任新岗位后，我始终做到“勤动口、勤动手、勤动脑”以赢得客户对我分理处业务的支持，加大自身客户群体。在较短的时间内，我通过自身的优质服务和理财知识的专业性，成功营销了分理处的优质客户，提高了客户对银行的贡献度和忠诚度。

担任产品经理以来，我深刻体会和感触到了该岗位的使命和职责。

产品经理是我们银行对公众服务的一张名片，是客户和银行联系的枢纽，在与客户交往中表现出的交际风度及言谈举止，代表着我行的形象。我深知产品经理的一言一行都会在第一时间受到客户的关注，因此要求其综合素质必须相当的高。从我第一天到任新岗位，从开始时的不适应到现在的能很好地融入到这个工作中，心态上也发生了很大的转变。刚开始时，我觉得产品经理工作很累、很烦锁，责任相对比较重大。但是，慢慢的，我变得成熟起来，我开始明白这就是工作。每天对不同的客户进行日常维护，热情、耐心地为客户答疑解惑就是我的工作，为客户快速地办理好贷款所有手续和让客户的资产得到保障就是我的工作范围，当我明确了目的，有了工作目标和重点以后，工作对于我来说，一切都变得清晰、明朗了起来。当客户坐在我的面前我不再心虚或紧张，我已经可以用非常轻松的姿态和亲切的微笑来从容面对。如今客户提出的问题和疑惑我都能够快速、清晰的向客户传达他们所想了解的信息，都能与大部分客户进行良好的沟通并取得很好的效果，从而赢得了客户对我工作的普遍认同。同时，在和不同客户的接触中，也使我自身的沟通能力和营销技巧得到了很大的提高。

我在开展工作的同时也发现自己仍然存在很多问题：

一、金融专业知识有待进一步加强。面对如今市场经济的.多样性，银行信贷业务成为越来越多客户的需求，如何能给我行优质客户提供专业贷款及理财服务，这就需要提高自身的学习能力和学习主动性，及时掌握最新的财经信息和准确分析未来的经济走势，以提高自身金融专业知识水平;

二、针对不同的客户，还应朝细致精准化管理方面进行加强。对现有的客户资源，深挖细刨，根据不同客户的需求和实际情况，做精准化营销，提高支行收入;

三、进一步克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性，不怕多做事，不怕做小事，在点滴实践中完善提高自己，决不能因为取得一点小成绩而沾沾自喜，骄傲自大，而要保持清醒的头脑，与时俱进，创造出更大的辉煌;

由于银行业的特殊性和一定程度上的专业性，想成为银行业的优秀员工，必须经过系统的培训与丰富的实践。我期望在2024年能争取到更多的培训机会，希望能参与afp培训等金融专业培训，使自身的综合素质得到全面的提高。夯实自己的业务基础，朝着更高、更远的方向努力，银行产品经理个人工作总结。

总结过去，是为了吸取经验、完善不足。展望来年，我将会更有信心、更加努力、积极进取、精益求精地完成好今后的工作，以争为我行来年个贷条线的发展做出自己更大的贡献。

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