# 产品经理大会的分享总结

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-08-19

*第一篇：产品经理大会的分享总结产品经理大会的分享总结2024.12.10从天津到北京参加了赢时代的产品经理大会，个人认为还是比较成功的。现将其中的一些思想经验及我个人的一些总结分享给大家：首先问大家两个问题？第一，产品经理的职业生涯该怎么...*

**第一篇：产品经理大会的分享总结**

产品经理大会的分享总结

2024.12.10

从天津到北京参加了赢时代的产品经理大会，个人认为还是比较成功的。现将其中的一些思想经验及我个人的一些总结分享给大家：

首先问大家两个问题？

第一，产品经理的职业生涯该怎么划分？李未老师将它分为1-2年菜鸟阶段、3-4年雏燕阶段、5-6年耕牛阶段、7-8年奔马阶段、9-10+年雄鹰阶段，大家都来说说在各个阶段应该处于什么心态? 第二，leader 和 manager 的区别？产品经理是leader，还是manager？ 您有什么想法呢？然后再来看各位大师有啥想法吧。

First，来看李未老师对于第一个问题给出的答案。当然拉，我去晚了，没有亲自听到，是网友们分享的，我摘录过来了：

0-2年的菜鸟，应该以空杯心态，学习为主。不要胸无点墨却又胸怀大志，不要认为现在做的工作都是没有意义的。

2-4年的雏燕，应该以隐忍心态，历练为主。虽然这时候业务做得很熟练了，但未获得精髓，要隐忍虚荣心。不要认为自己的才华总是被埋没，因为这时你的技能其实还是随时可以被替代的。

5-6年的耕牛，应该以自律心态，积淀为主。这个时候被诱惑的机会可能会很多，但切忌过分渴求名利，欲速不达。

7-8年的奔马，应该以自励心态，创新为主。要自我激励，敢于创新，不能万事求稳，止步不前。

9-10年的雄鹰，应该以从容心态，突破为主。明确想要什么，该放弃什么，切忌求大求全，碌碌无为。Second，是郝峰老师的《知己解彼的重要性》。让我们回到第二个问题，郝峰老师说PM应该是Leader，一个leader应该具备三个技能：技术性技能（technical）、概念性技能(conceptual)、人际性技能(human)。郝峰老师说人际性技能是一个leader，也就是一个pm最重要的技能，领导力的技能，并且告诉我们用性格分析法提升人际性技能。主要讲解了产品经理作为一个虚拟团队的leader，如何通过性格分析法了解团队不同成员的性格，并有针对性的高效的与之沟通。他详细介绍了MBTI（Myers-Briggs Type Indicator）这种性格测试工具，现场让大家都进行了自测，并就各种测试结果进行了点评和分析。

关于郝峰老师的讲解，个人还有一点补充。第一，人际性技能不如说是沟通技能（Communion），与上司的沟通、与同级的沟通、与下级的沟通、与客户的沟通，以及对团队成员的语言关怀之类的。第二，MBTI（Myers-Briggs Type Indicator），一种迫选型、自我报告式的性格评估测试，用以衡量和描述人们在获取信息、作出决策、对待生活等方面的心理活动规律和性格类型。MBTI性格测试准确率是相当高地，国外有些企业在新进员工都做这个测试。这是一个企业分析员工性格及个人分析自己的一个很好的参考。个人有一套通过做题来测试的，比看各种类型的特征进行分析来的准确，我认为。需要的可以Ｍ我，新浪微博＠王维不是诗人。第三，在郝峰老师的讲解中，大家应该对那副一对情人相拥的画面还熟悉吧，郝峰老师说了这就该是产品部与技术部的关系，没有隔阂才能做出比较优秀的产品，应该是很形象的。

Third，下午马占凯老师分享了《产品进化论》。个人觉得这是一篇很精彩的ppt。马占凯老师把产品与生物体紧密联系起来：

产品本质 对应 生存逻辑； 需求筛选 对应 生存土壤； 需求设计 对应 生存方式； 产品成长 对应 生存历练；

在讲解产品本质的时候，我给他归纳为三个W，一个H，即who，产品的用户是谁？why，为什么用这个产品？what，该产品解决用户什么问题？how，使用逻辑怎样？

他还讲了一般客户端好产品的需求：第一，基础性能优化（速度快，没bug）；第二，满足核心需求（主要做到以下几点：

1、核心需求要锐意创新；

2、需求重要性的参考标准：人数，包括产品覆盖的人数及产品特性的受益人数；

3、保持简化需求思路；），当然啦，马老师在此着重举例360啦，哈哈，不愧是360的产品经理；第三，易用性、人性化。不只是客户端的好产品是这样的，其他产品也亦然。

在需求设计方面，我总结的是以下几点：

1、同样的需求会有不一样的设计，人们通常选择易用简单的设计；

2、环境在变化，需求也在变化（例如nokia的衰落过程，最重要的环境变量就是3G网络的出现）。

在产品成长方面，总结马老师的几句极富哲理的话语：

1、每一次质疑、争论都会完善你的想法；

2、没有谁第一次就想对了；

3、永远没有正确的答案；

4、听多数人的意见，和少数人讨论，一个人做决定！（典型案例就是我们的乔帮主，但是我更喜欢后面连长老师的说法：一个人做决定，和少数人讨论，听多数人的意见！为什么呢，请继续看下去）

5、创意≠需求，也就是创意未必有价值，有价值的未必是创意。

Four，每一个app应用，都对应着一个故事。由最神秘的嘉宾，@连长 老师来分享，居然不报真名，这么低调，哈哈。有人直接说连长老师在打广告，哈哈。其实吧，还真是，不过也带领我们领略了移动互联网的无限瀚海，这里是全新的，这里是新一代的互联网，这里是未来的互联网的另一分支。他分享了他的酒店管家、航班管家，个人觉得还是比较贴合用户喜好及用户需求的，有机会请@连长 老师给予体验下。然后就是他分享了其他几个可能还没投入市场的几个产品，包括一个unname的产品。个人还在质疑围脖圈是否能够做到微信的搜索附近好友功能，其实这或许是个弊端，或者说是鸡肋，因为这个功能都被不好的方面给利用了，比如一夜情、比如不正当的红灯区等。其他两个，我记得不太清楚了，打酱油去了，嘿嘿。

最后再来说一下，为啥我同意@连长 老师的“一个人做决定，和少数人讨论，听多数人的意见！”。这不是专权，这是产品经理应该具备的一个能力，概念性技能。只要他拥有这样的技能，他就可以做出正确的判断跟正确的决策。然后就是和少数人讨论细节跟可行性分析，然后再让多数人试用并给出改进意见。

Five，最后一个环节是DEMO实战环节，我没有参与，不予评价。我只记得在招聘过程中，其实最忌讳让设计师现场做个作品出来，因为这样的环境他给出的作品一定是他做过的最差的，或者是copy作品。

好了，就说这些吧。个人做产品经理时间也不太长，期待跟大家互相学习。网站运营的经验相对来说更多一点。

**第二篇：产品经理总结**

x年已经过去一大半了，在上个月底我们公司也开了半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己半年的工作做个人总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展下半年的。现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这半年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

二、主动积极，力求按时按量完成任务。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

三、做好售后服务不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所

在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短

**第三篇：产品经理试用期总结**

尊敬的公司领导：

本人于201X年X月X日加入公司，任X产品经理一职。主要工作职责为引导开展市场活动，提供学术支持，解决产品市场推广过程中的问题，规划产品长期发展方向等。

加入公司之后，我进行了XXXXXXXXXXXX工作。

在工作的半年时间中，无论是公司流程的介绍还是核心工作的指导，我都从领导和同事们身上得到了非常大的帮忙。对于我个人在市场领域的发展，奠定了基础，让我更有信心来完成产品经理工作。

因为对于产品经理一职，我自己的理解是：作为产品的灵魂，需要确保产品的有一个概念，以XXX为例，XXXX就是一个很好的概念，产品经理首先需要丰富这个概念，再设计一些项目来包装宣传这个概念，将项目结合到客户的需求点上，最后监督指导项目的落地开展，产品经理的工作核心不仅是执行，更重在思考。所以在未来市场部的活动，具体事项要放手由一线区域同事来执行，由产品经理提供相应的学术支持。但在现实中，以往的活动大家更多的去注重会议的会务质量，而忽略了学术质量，两者的不平衡导致了公司资源的浪费、人员时间的浪费、甚至对品牌的破坏。对此，我也更加有紧迫感和使命感，时刻提醒自己有责任在这个岗位上把XXXX的学术内容丰富起来，并且更多的给予区域学术负责人，在执行XXX相关会议时以帮助和指导。

半年工作汇总我也发现了自身的不足之处：市场工作需要严谨的态度以及严格的时间管理，在今后工作中我也将更加关注这些问题。以上为试用期有感而言，最后再次感谢领导和同事们对我的信任和帮助。

XXXXXXX

2024年12月9日

**第四篇：产品经理个人总结**

产品经理个人总结7篇

总结在一个时期、一个、一个阶段对学习和工作生活等情况加以回顾和分析的一种书面材料，通过它可以全面地、系统地了解以往的学习和工作情况，为此要我们写一份总结。总结怎么写才不会千篇一律呢？以下是小编为大家收集的产品经理个人总结，欢迎大家分享。

产品经理个人总结1

年初，\*\*\*\*置业公司经营管理模式调整，财务工作并入财务部;客旅分公司人员分流，财务工作又并入财务部;新公司像雨后的春笋一样不断地涌现，会计核算、财务管理工作纳入财务部。xx年x月份集团公司推出财务合同管理月，财务部被推向了阵地最前沿;xx年x月份集团公司实际预算管理，财务部是冲锋陷阵的先锋队。公司内部，要求管理水平的不断地提升，外部，税务机关对房地产企业的重点检查、税收政策调整、国家金融政策的宏观调控。

职能发展

过去的一年，财务部在职能管理上向前迈出了一大步。

1、建立了成本费用明细分类目录，使成本费用核算、预算合同管理，有了统一归口的依据。

2、对会计报表进行梳理、格式作相应的调整，制订了会计报表管理办法。使会计报表更趋于管理的需要。

3、修改完善了会计结算单，推出了会计凭证管理办法，为加强内部管理做好前期工作。

4、设置了资金预算管理表式及办法，为公司进一步规范目标化管理、提高经营绩效、统筹及高效地运用资金，铺下了良好的基础。财务合同管理月总结公司推出“财务、合同管理月活动”，说明公司领导对财务、合同管理工作的重视，同时也说明目前财务管理工作还达不到公司领导的要求。

为了使财务人员能充分地认识“财务、合同管理月活动”的重要性，财务总监姚总亲自给财务部员工作动员，会上针对财务人员安于现状、缺乏竞争意识和危机感，看问题、做事情缺少前瞻性，进行了一一剖析，同时提出财务部不是核算部，仅仅做好核算是不够的，管理上不去，核算的再细也没用，核算是基础，管理是目的，所以，做好基础工作的同时要提高管理意识，要求财务人员在思想上要高度重视财务管理。如对每一笔经济业务的核算，在考虑核算要求的同时，还要考虑该项业务对公司的现在和将来在管理上和税收政策上的影响问题，现在考虑不充分，以后出现纰漏就难以弥补。针对“财务、合同管理月活动”进行了工作布置。

产品经理个人总结2

20xx年的工作即将告一段落。回顾这一年来的工作，我在公司领导及各位同事的关心、指导和帮助下，严格要求自己，认真落实领导交给的各项任务工作总结。

在担任公司产品经理的过去一年中，我带领本部门人员在公司领导下开展工作：

一、进行系统详细的业务分析

1、充分的调研产品的5w2h，尤其是要找到产品形态，产品内涵以及外延，产品的理论基础。

2、确立产品所处的行业环境以及在竞争中处的战略位置；制定产品延伸策略，包括后续产品和服务的延伸范围和设想。

3、找出系统风险和防范措施，如何利用系统方法化解市场风险，如何利用社会化的方法完成看似不可能的任务。

二、业务分析完成以后，进行详细的项目分析和实施

1、协助项目经理完成产品立项，包括任务分解、资源矩阵、人员招募和培训。

2、商议确定产品的具体需求，落实到每一个可获得的用例。

3、召集设计师和工程师、尤其是架构师充分参与产品开发设。

三、在面对技术与测试发出的疑问、意见时，产品经理的做法应是：

1、对持有疑问的设计内容找到对方的逻辑观点。

2、以对方的逻辑进行设计可以改变什么？节约开发实现成本还是提高用户体验？

3、回想自己最初这样设计的初心，进行对比，是否需要改变什么？

以上是一个合格的产品经理需要能做到的事情，其实这对产品经理的个人素质要求很高，首先要经得起pk，其次是拉的下脸承认自己的设计确实有欠缺，最后是还要扛得住在开发过程中更改需求所带来的指责。

产品经理个人总结3

xx年的工作即将告一段落。回顾这一年来的工作，我在公司领导及各位同事的关心、指导和帮助下，严格要求自己，认真落实领导交给的各项任务，详细内容请看下文产品经理个人总结。

在担任公司产品经理的过去一年中，我带领本部门人员在公司领导下开展工作。

一、进行系统详细的业务分析，要进行如下工作：

1.充分的调研产品的5w2h，尤其是要找到产品形态，产品内涵以及外延，产品的理论基础;

2.确立产品所处的行业环境以及在竞争中处的战略位置;

3.制定产品延伸策略，包括后续产品和服务的延伸范围和设想;

4.找出系统风险和防范措施，如何利用系统方法化解市场风险，如何利用社会化的方法完成看似不可能的任务;

二、业务分析完成以后，进行详细的项目分析和实施，包括以下工作：

1.协助项目经理完成产品立项，包括任务分解、资源矩阵、人员招募和培训;

2.商议确定产品的具体需求，落实到每一个可获得的用例;

3.召集设计师和工程师、尤其是架构师充分参与产品开发设

产品经理个人总结4

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。

在加强业务学习的同时，我还用心认真学习政治理论，提高自身政治素质。作为一名中国民主建国会会员，我时时刻刻严格要求自我，作为参政党成员，我用心参与建言献策，努力学习中国共产党的先进性文件，认真践行党的群众路线。

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。

产品经理个人总结5

本人于xxxx年xx月份进入xx移动公司工作，产品经理考核个人总结。在移动公司的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在xx移动公司领导及同事的关心、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，认真学习移动公司的各种产品，特别是我们的集团产品，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司网络部，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。

过去的一年是中国移动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，个人工作总结《产品经理考核个人总结》。

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。

我司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、其它工作

在做好以上具体工作的基础上，认真地完成好公司主管、领导交代的其他临时性工作，不计酬劳，任劳任怨、加班加点，按时保质完成工作。

五、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xx移动的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对公司的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。

产品经理个人总结6

1、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。

我司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。

2、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。

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。

产品经理个人总结7

一、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。

我司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。

二、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。

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。

**第五篇：产品经理总结V0.01**

产品经理总结

写给产品经理：

可能你会打工一生，也可能自己创业，但无论哪种环境，你都要督促成长，无论做不做产品经理，这点都很重要。

产品经理管理的几个步骤：

1、找出问题。

产品销售不好一定是有了问题，产品经理要想方设法去解决问题，我们要对问题进行分析和分解，找出真正的问题所在。那些问题是需要解决的，那些问题是不需要解决的。解决好问题后，新的问题又在那里，需要重点寻找和关注及与工程师沟通了解

2、客户定位分析：

分析成功经验，找寻目标客户，看看有多大的市场空间？我们可以通过市场调研来回答这些问题。

3、寻找客户

一是要用各种方法去筛选客户，如何去找目标客户，要总结出一套方法，并不断尝试，并能真正找到客户在那里。二是要将非目标客户转化为目标客户上思考和尝试，寻找到更大的目标客户群

4、总结及经验分享

一木不成林，需要总结经验，变成一个一个的动作，一个一个的小招式，传给他人，形成分享，提升整个团队的战斗力，达成目标。

产品经理的处理方法：

1、促销方案的设计：

要让产品达成新的目标，促销方案设计一定要快，且要好，适合客户，同时满足工程师的兴趣问题，并不断变化，否则工程师没有新鲜感，也就不会主动销售我们的产品

2、产品推广及宣传

产品推广及宣传分二层：一层是工程师层面的，我们要在站内找几个与自已关系不错的工程师，进行推广，让他们了解自已成为产品经理，同时协助自已完成任务，请吃饭或请客都成，一层是客户端的推广，此事后面统一规划处理，但需要有想法的尝试。站内的海报是必须的（手绘要比打印好，因为手绘客户有新鲜感觉，而且可以很搞笑，让客户印象深刻）。工程师拿出去推广的文章及文档可以有设计或简单的制作与尝试，并听取他们的反馈后再行修改，达到非常合理后，才能印刷制作。

3、产品经理的做人法则：

作产品经理很重要的一条，就是做人，当销售没业绩时，我们一定会来找工程师的麻烦，找出各种理由，并回绝之，所以做人要到位，当然不能讨全部人的好，产品经理要有一定的强势，但要刚中带柔，销售只是关注自己的业绩，产品经理是关注全公司的业绩，所以做人是比较难的。产品经理绝对不是自已会卖就完事了！

4、产品经理在一个公司的角色定位：

产品经理是一个具有综合职能的职位，其工作的范围可以说已经遍及到了公司的每个角落，其接触的人员也涉及公司几乎所有的人员，许多刚当上产品经理的朋友对于这个职位总有一些陌生，不知道该如何下手去做，尤其是一些从工程师升级到产品经理这个职位上的朋友更是习惯于用原来所在职位的思维惯性去思考，这样就会造成自己视野的狭小，如果不能及时调整角色，就会对接下来的工作造成一定的影响。

其实，做为产品经理，其职责范围很大，但是在工作中需要扮演的角色其实就是五类，在工作中要是能够把握好这几种角色的特点，能够做到随时转换角色，这就奠定了一个成为好产品经理的基本素质：

1）相对的技术人员：之所以说是相对的，是说这里的技术人员是针对市场人员而言的，产品经理有个很大的职责就是要在市场和技术之间搭起一座畅通的桥梁，让市场能够和技术沟通畅通，但是市场人员有个普遍的特点，就是对技术的理解程度有限，对于众多的技术概念和技术手段他们并不能够很有效的理解，因此，这个时候就需要产品经理出马了，产品经理所扮演的技术人员不能和实际的技术人员一样，满口的专业术语，而应该是在自己理解技术的程度上用通俗的语言来向市场人员说明，在此过程中可以多用形容词和比喻为好，即使在形容和表述上有一点的不准确，但是只要能够明确的告诉市场人员，这个技术能做什么，能做到什么程度，能够如何应用就可以了，太深的东西反而会使市场人员迷惑。

这个角色对于从技术岗位升级到产品经理的朋友来说尤其重要，因为技术的思维惯性会影响到自己和市场的交流，并且在某种程度上技术追求的是完美，而市场追求的则是满足。

个人心得：和市场人员沟通，技术解释越简单越好，越形象越好。一句话：你要对产品熟悉比任何人强！

2）相对的市场人员：之所以也说是相对的，就肯定是说对于公司的技术人员而言，自己要成为一个不折不扣的市场人员，所有产品的需求肯定是来自于市场，但是技术人员一般都有一种特点就是技术的唯美追求，在不少技术人员看来，技术才是一个产品成功的根本因素，因此在此过程中，产品经理就需要用一种市场的观点来引导技术人员做最合适的开发，而不是最优秀的开发，这就需要产品经理必须说有服技术人员的实力，这种实力来自哪里，就是来自自己的专业，怎么样才能专业，只有数据才能体现自己的专业，因此，对于技术人员而言，你就是市场专家，你要完完全全地告诉技术人员，这个产品应该怎样做才符合市场需求，为什么市场上会有这种需求，这种需求会延伸出什么样的产品，这种产品应该具有什么功能等等，当然了，这种数据没必要通过自己去获取，完全可以通过市场部门的支持来得到相应的资源。

个人心得：和技术人员沟通，市场数据越多越好，越精确越好。一句话：以数据和事实及成绩作为依据，不是哥们意气！

3）产品销售人员：这里说的销售有两个层次，第一层次是指产品的对内销售，第二层次才是指产品的对外销售。

何为对内销售，我们知道，自己负责的每一个产品一旦出来以后，不可能得到公司所有同事的认可，很可能包括不少直接负责该产品销售的人员，甚至还有一些高层，他们对该产品的信心可能不是很大，这就需要产品经理进行有计划的内部游说，通过市场前景预测，产品演示，产品试用等手段来提升他们的信心，从而增强他们的销售欲望，这就是内部推销；而对外销售并不是指去做和销售人员一样的工作，而是指在对外产品发布过程中对各类媒体，经销商的一种信心，也可以说是一种信心推销，要让外界知道，这个产品就是同类中最好的，是最值得推荐的，做为产品经理，对自己产品的信心是最重要的，如果自己连自己负责的产品都没有信心，何谈别人去接纳呢？

没有问题的产品是不存在的，因此在销售过程中，自己一定要对该产品非常熟悉才行，要明确知道该产品在那些方面有不足，进而在销售过程中避免该问题出现，这点是非常关键的。

个人心得：销售的信心来自对产品的信心。一句话：你是销售最强的人！

4）培训师：这个角色在所有的公司里是每个产品经理都会遇到的，让更多的人掌握自己的产品，就需要产品经理在这方面要付出很多劳动，对客户的，对同事的，对经销商的，尤其是对于一些大型的系统来说，还很有可能花费很长的一段时间来做，而这个角色的根本目的就是让更多的人熟悉自己的产品进而把自己的产品用起来，其培训的方式和手段也需要自己开动脑筋，该动手自己做的就得自己做，该找人帮忙的就得找人帮忙。

个人心得：无论花费多少精力，一切为了产品。一句话：你是站内最优秀的讲师！

5）谈判专家：在一些企业的产品经理职责中，会有一条对外合作的职责，有时候就需要产品经理和其它企业进行项目合作的谈判，这就需要产品经理具有一定的战略眼光，能够比别人看得更远和更广，虽然自己并不具有根本的决定权，但是你可以和高层就该合作提出自己的意见和建议，并且在关键的时刻促使高层做出决定，并且要有一种担负责任的勇气。

个人心得：项目成功了是老总的眼光，项目失败了是自己的无能。一句话：只有你的产品成功了，你才是成功的。

一般来说，要是能够扮演好这五个角色并且在这几个角色之间能够合理转换，那么你这个产品经理就算是找到感觉了，其实还有一些不太常见的角色也需要在工作中具体把握，比如说一些软件公司，开发人员中几乎都是一些年轻人，他们的特点就是自信但是缺乏坚韧，热情但是缺乏耐心，这对一个项目过程的影响其实是很大的。

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