

课程名称： 成功的产品经理

课程编号： NPD103 语言： 中文

课程简介

- ◆ 系统化理论指导——课程内容采用国际上先进的产品管理方法论，结合企业自主创新的最佳实践，总结提炼出适合具体企业的产品经理制度。
- ◆ 丰富案例分析互动——通过对案例分析方式加深学员理解。
- ◆ 结合实际演练——通过对实际项目进行角色演练、研讨等方式提高转化能力。

周期

培训方式

 i-learning	0	
 c-learning	12	讲授、讨论、分享
 v-learning	0	

总周期(小时) 12 序列号：

培训人数限制： 25

培训对象：

市场部门、产品规划部门、产品研发部门、市场研究部门等；

研发总经理/副总、公司总工/技术总监、研发项目经理/产品经理、研发骨干、市场技术经理、PMO（项目管理办公室）成员等。

培训目标：

- ◆ 课程在对产品管理及相关技能的概念介绍基础上，通过结合各种案例练习及讨论分析，从而培训学员如何做好产品经理。整个课程通过产品管理的流程为轴线，先讲市场分析如需求提取、产品的定位、规划等，然后是产品的研发管理、生产管理及产品上市等，在这条轴线上又贯穿相关技巧讲解等内容。
- ◆ 了解产品经理角色的定位及作用，产品经理与公司相关职能部门之间的关系。
- ◆ 如何领导产品创新，紧密结合市场，协调个部门为公司创造高价值的产品。
- ◆ 如何设计跨越不同国家的产品管理团队,如何协调好不同风俗文化背景团队。
- ◆ 掌握产品竞争性分析，准确定位市场，制订清晰产品策略并规范调整项目管理流程确保有效执行；将插入丰富的案例帮助理解消化。
- ◆ 学习如何实现市场管理流程与产品开发流程的整合，进行正确的产品—技术—市场组合分析和管理的，提高产品市场竞争力和上市成功率。
- ◆ 如何管理协调团队内部成员，有节奏地保持工作热情，提升效率，以及如何与上级有效沟通。
- ◆ 产品经理应该具备什么样的知识和能力，如何通过自我学习，提高工作中的技能；如何有效管理时间，合理安排日常工作，让个人的效率最大化。

课程内容:

1. 产品管理的基本概念和框架

- ◆ 业界公司在产品管理方面存在的主要问题
- ◆ 产品管理的基本概念
- ◆ 如何界定产品、如何划分产品线
- ◆ 产品和项目的关系
- ◆ 产品管理的发展阶段
- ◆ 产品管理和项目管理的不同和联系
- ◆ 产品管理的体系框架和核心活动
- ◆ 产品管理的战略框架
- ◆ 产品战略愿景
- ◆ 产品平台战略
- ◆ 缺乏产品平台的问题、建设产品平台的好处
- ◆ 产品平台如何规划、管理
- ◆ 产品线业务计划
- ◆ 产品线规划的方法和输出
- ◆ 案例：如何进行产品定位和定义
- ◆ 产品管理的组织框架
- ◆ 产品管理的组织形式
- ◆ 采取矩阵管理的原因
- ◆ 产品线的常见团队介绍：

IPMT/PMT/PDT/LMT

- ◆ 案例：产品线管理办、IPMT 的框架和职责
- ◆ 产品管理的流程框架
- ◆ 产品管理各层流程间的关系
- ◆ 实例讲解：业界某公司产品管理体系举例

2. 市场管理与产品规划

- ◆ 业界公司在市场管理方面存在的主要问题
- ◆ 市场管理流程与产品开发流程之间的关系
- ◆ 市场管理流程的几个阶段
 - 阶段一：正确的理解市场（如何寻找潜在的机会和目标）
 - 阶段二：进行市场细分（定义初步的细分市场目标市场）
 - 阶段三：产品组合分析

(竞争环境、投资机会等的分析)

- 阶段四：制定业务计划（整个产品线或产品系列的业务计划）
- 阶段五：管道管理及资源平衡（排定项目优先级）

- ◆ 市场管理流程的输出——产品线、产品包的业务计划
- ◆ 为什么要进行市场细分
- ◆ 市场细分的方法
- ◆ 演练：市场细分
- ◆ 组合分析方法：SPA N/A NS OFF 工具简介
- ◆ 如何作产品的路标规划
- 产品版本规划

的 V、R、M 介绍

- ◆ 案例：产品的定位和定义方法
- ◆ 案例：某公司产品规划实践

4. 产品的需求管理

- ◆ 业界公司在需求管理中的常见问题
- ◆ 需求的不同概念和含义
- ◆ 需求搜集分析实现过

程的信息失真分析	关系 需求管理流程 实例讲解：需求管理的支撑平台	的主要活动	产品开发团队高效运作
◆ 需求的整理、分析方法论 \$APPEALS 介绍	调研体系 IT工具	实例讲解 产品上市计划中需要包含的内容	◆ 产品经理如何激励整个团队
◆ 运用 APPEALS 收集需求的过程和步骤	4. 产品的开发管理 集成产品开发体系的基本思想 产品开发的结构化流程简介	新产品上市的支撑流程 产品的命名管理 产品的受控宣传和销售	◆ 如何考核产品团队
➢ 演练	产品经理在结构化产品开发流程中如何推动工作	产品的受控宣传和销售	➢ 跨部门的产品开发团队的汇报模式与考核机制
	产品经理在结构化流程各阶段的工作重点	产品的受控宣传和销售	➢ 产品经理的考核
	实例讲解：业务计划书 产品开发的决策评审机制	产品的受控宣传和销售	➢ 产品团队的常用的 KPI 指标
	➢ 案例：产品决策评审	产品的外部测试（投放市场测试的几个阶段）	➢ 团队成员的考核
常用的需求搜集方法和特点 需求搜集常用的技术活动 需求搜集常用的市场活动 需求搜集常用的售后活动 需求的分配、验证 市场需求和产品需求的	产品生命周期管理 ◆ 为何要把控产品的上市节奏 ◆ 新产品上市的主要流程 ➢ 发布策略 ➢ 发布准备 ➢ 正式发布 ◆ 发布计划的执行与监控 ◆ 新产品上市流程中各环节	演练：制定产品发布策略 产品生命周期管理要点 新产品上市后重大问题的跟踪管理 产品量产后新旧版本的切换管理方法 产品团队管理 ◆ 产品开发团队的构成 ➢ 贯穿全流程的产品开发团队的构成 ➢ 产品开发团队成员的角色构成及相应职责 ➢ 如何保证	产品经理的能力模型和培养 产品经理的定位及工作职责 产品经理在公司组织体系中的运作 成功的产品经理应该具备的能力 产品经理的素质模型 应该具备的知识和技能 任职资格标准 产品经理的资格认证 产品经理的培养途径和职业晋升通道 实例讲解：业界某公司的产品经理职位说

明 书