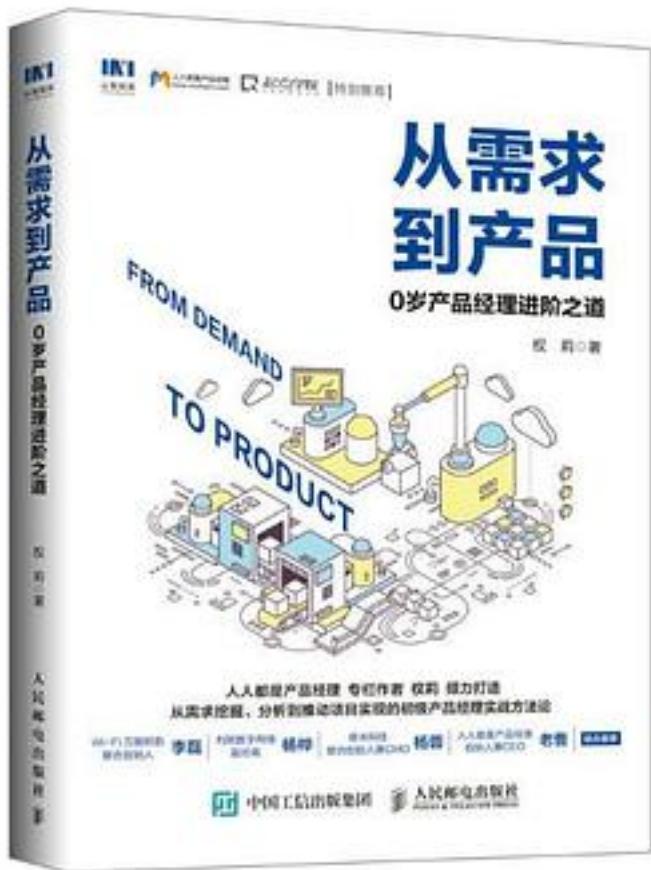


# 从需求到产品：0岁产品经理进阶之道



[从需求到产品：0岁产品经理进阶之道 下载链接1](#)

著者:权莉

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2018-7

装帧:平装

isbn:9787115479259

本书主要针对刚入职的初级产品经理，从贴近工作状态的场景切入，对各阶段的知识点进行分类总结，旨在提供一套经过实践检验的产品方法论，为读者从初级产品经理成长为产品经理奠定坚实的基础。书中提炼的方法和案例涵盖初级产品经理工作的方方面面，从基本技能到思维方式，从

需求管理到产品规划定义，从框架选型到流程梳理，从工作模块拆解到案例剖析，用具体且贴合实际工作场景的内容，还原真实的产品工作方法及实践案例，既有方法论的输出，又有案例的实战进阶，是一本从需求挖掘、分析到推动项目实现的初级产品经理实战指南。

作者介绍:

权莉

拥有7年互联网产品经理经验。曾担任新浪微博事业部、Camera360产品经理，参与新浪阅读等产品的设计与规划。曾担任麦子学院产品部经理，带领超过10人的项目团队。现“货车帮”，参与GMV过亿的产品线，带领团队完成公司战略转型。

长期运营个人微信公众号，是“人人都是产品经理”论坛专栏作者，发文60多篇，累计阅读量83万，订阅量2000。

。曾荣获“2017人人都是产品经理年度作家评选”中“受认可作家奖”荣誉称号。

目录: 推荐序二 专注是产品经理成长之路的基石 / II

推荐序三 找准通往优秀产品经理的路 / III

前言 为了纪念自己的产品生涯，我准备写一本书 / V

第1章 想入行？请先这样做

1.1 了解工作职责 / 2

1.2 掌握“软”技能 / 3

1.3 学会“硬”本领 / 4

第2章 找到问题，并解决它

2.1 需求产生——问题从哪儿来 / 7

2.2 需求划分——需求如何划分 / 9

2.3 需求分析——如何解决问题 / 11

2.3.1 用户调研 / 14

2.3.2 竞品分析 / 16

2.3.3 提高RoadMap / 19

2.4 小结 / 22

第3章 成长，从现在开始

3.1 掌握一套高效的流程 / 24

3.2 开好一场评审会 / 29

3.3 完成一份原型图 / 34

第4章 第一步，做好设计

4.1 选好产品框架 / 38

4.1.1 合理选型，充分考虑可扩展性 / 38

4.1.2 5 大框架，根据定位选模型 / 38

4.2 做好交互体验 / 45

4.2.1 什么是交互设计 / 45

4.2.2 体验始于场景 / 48

4.2.3 开始设计 / 57

4.2.4 交互设计文档 / 63

4.3 管理复杂结构 / 65

4.3.1 个人中心 / 66

4.3.2 Tab / 68

4.3.3 查看更多 / 70

4.3.4 筛选器 / 72

4.4 原则定律 / 77

4.4.1 可用性原则 / 77

4.4.2 交互设计定律 / 81

4.4.3 心理效应 / 84

4.4.4 童话般的心智模型 / 88
第5章 好的体验，为用户而生
5.1 为“细节”而设计 / 93
5.1.1 让“留白”更自然 / 95
5.1.2 让“动画”更添彩 / 95
5.2 让“设计”更精致 / 97
5.2.1 减少文字类的描述 / 98
5.2.2 在合适的时机出现 / 98
5.3 让用户快速爱上 / 100
5.3.1 授权提示 / 100
5.3.2 好评弹框 / 101
5.3.3 升级提醒 / 102
5.3.4 图片分享 / 102
5.4 减少用户等待 / 104
5.4.1 可见性反馈 / 104
5.4.2 友好性提示 / 105
5.4.3 转移性响应 / 106
5.4.4 小结 / 106
5.5 重点关注首屏 / 107
5.5.1 报纸的折痕——移动端的首屏 / 107
5.5.2 移动端的首屏——运营推广的第一窗口 / 108
5.6 融入场景思考 / 110
5.6.1 优化产品体验 / 110
5.6.2 小开关，大人情 / 115
5.6.3 权限获取要巧用 / 118
5.6.4 自由选择，开心互动 / 121
5.6.5 少思考，多购买 / 124
5.6.6 张弛有度，操作自如 / 129
5.7 小截图，大学问 / 136
第6章 深入行业，适者为王
6.1 传统行业，怎么了 / 139
6.2 “互联网+”，出现了 / 140
6.3 那些坑，要小心 / 145
6.3.1 从传统行业从业人员到互联网产品经理，你需要做好这3点 (一) / 145
6.3.2 从传统行业从业人员到互联网产品经理，你需要做好这3点 (二) / 149
6.3.3 从传统行业从业人员到互联网产品经理，你需要做好这3点 (三) / 151
6.4 传统教育如何互联网化 / 153
6.4.1 在线教育，不只是“线上+线下” / 153
6.4.2 关于在线教育，我们还有这些机会 / 161
第7章 数据驱动，健康成长
7.1 数据分析并不是简简单单的数据整理 (一) / 176
7.1.1 什么是数据分析 / 177
7.1.2 数据分析的工具有哪些 / 178
7.1.3 数据采集(埋点)的主要方法是什么 / 179
7.2 数据分析并不是简简单单的数据整理 (二) / 180
7.2.1 数据分析的思维框架 / 180
7.2.2 数据分析流程 / 182
7.2.3 浅析数据可视化 / 182
7.3 我是这样运营个人微信公众号的 / 184
后记 好好学习，天天向上
· · · · · (收起)

## 标签

产品经理

产品

互联网

产品设计

1996

## 评论

结构有点乱，说是适用于入门吧但其实很多基础的东西又都没怎么讲……

---

总体更像博文合集，前后文常有重复，案例太个性，大量篇幅着墨在交互设计，于我算是补充，但不够系统。

---

作者太注重交互层面内容了，写了大段大段的图文实例。

---

内容散，逻辑较乱。有些有用的东西，但总感觉没打到点子上。

---

是个小妹妹吧，偏前端的琐碎，明显段位不够。负分系列。

非常扎实的干货，对于刚入门的pm来说

涉及到了PM、UX，全而不深，适合刚入门的设计师或产品经理。

写得真的很乱了，大量的页面截图讲设计，但是从需求到产品这个完整的流程都没咋说。

适合入门产品同学，偏实操

个人感觉读起来没什么愉悦之感，排版也不是很好，然后更多在交互。产品经理本来就是一个实操学习优于阅读学习的岗位，总结出来得条条框框算是给设计产品时提供了一份自查清单。

逻辑混乱，缺乏深度思考，货不对版。

第一，全书大篇幅讲的是非常琐碎的交互设计，不成体系，十分混乱。

第二，产品经理核心的需求分析、用户分析等部分的内容完全是在堆砌流程，没有体现作者独立的思考。对背后的原理没有想清楚。

第三，用词矫揉做作，作者对专业定律和原理的理解存在很大偏差，使用不妥当。

第四，书中案例分析流于表面，没有讲到点子上。浪费了我三个钟读这本书

偏向于APP了，大量的截图，大篇幅很多细枝末节的知识点。

文中出现明显错误，也不知道出版前是如何校对的，介绍对比京东和淘宝APP的加购按钮那里，把两家写反了，还好我平时用淘宝比较多，一下子就察觉出不对劲

逻辑混乱 没有可读性 读一半放弃了

[从需求到产品：0岁产品经理进阶之道](#) [下载链接1](#)

书评

[从需求到产品：0岁产品经理进阶之道](#) [下载链接1](#)