

《向华为学习卓越的产品管理》

图书基本信息

书名：《向华为学习卓越的产品管理》

13位ISBN编号：9787301217672

10位ISBN编号：7301217676

出版时间：2013-3

出版社：北京大学出版社

作者：卢刚

页数：182

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《向华为学习卓越的产品管理》

内容概要

华为，创办于1987年，在20多年的时间里，变身全球第二大通信供应商，成为产品进入全球140多个国家，服务着20多亿人的跨国巨头。

提及华为的成长，人们的目光总是落在任正非或者狼性团队上，却很少有人看到华为体系中产品管理的卓越。这本书系统解释了华为产品从研发到上市的完整流程，是企业进行产品管理改革的优秀技术范本。作者力图将这层朦胧的“窗户纸”彻底捅破，让读者看得透彻、学得明白。

书中用团队管理作为主线，辅以5个重要环节（产品需求管理、产品规划管理、产品开发管理、产品上市管理、产品生命周期管理），对产品管理的全过程做了系统阐释。源于一线使用的大量图表，更加直观地展示了产品管理的流程和要素，给读者以更加轻松的阅读体验。

读罢此书，你会发现别样的华为。

《向华为学习卓越的产品管理》

作者简介

卢刚
曾服务于国内某大型通信设备企业，历任项目经理、联合系统部总经理、固网计划处总经理、NGN产品线总监；后任某上市集团公司多媒体产品线总监、通信公司开发中心总经理等职。
在近20年的产品研发及管理咨询工作中，一直跟踪国际最为前沿的理念，结合自己的实践和研究，进行理论层面的本土化总结与提升。并积极帮助很多知名企业构建产品管理框架，理顺产品管理的流程，使产品定位更精准，产出更高效，获得了客户的一致好评。
服务的客户包括：康佳、美的、腾讯、中联重科、许继集团、北汽福田、海信、方太、深圳电信、老板集团、宁波奥克斯、北京同方威视、深圳同方.....

书籍目录

推荐序

前言

第一章 全面认识产品管理

第一节 业界常见的产品管理问题//004

问题1 按照错误的需求开发产品

问题2 试图让一个产品具备太多功能

问题3 不断修改

问题4 功能部门拒绝放弃对产品和项目的控制

问题5 产品经理推动全流程的工作时缺乏组织支撑

问题6 缺乏体系，好的产品依赖好的产品经理

第二节 勾勒产品管理体系的整体框架//009

产品管理的概念

产品管理的战略、组织和流程框架

第二章 从八个维度做好产品需求管理

第一节 分析和研究客户需求的方法

要素1 价格

要素2 可获得性

要素3 包装

要素4 性能

要素5 易用性

要素6 保障

要素7 生命周期成本

要素8 社会可接受性

八个要素分别包含了多个子要素

第二节 八要素法的应用

第三节 产品需求管理需要一套系统方法

了解市场需求从多方面收集原始客户数据开始

需求管理八要素法与QFD的配合使用

收集原始客户需求数据的常用方法

解释、分组客户需求的原始数据，并定义各组权重

对客户需求进行排序

第四节 将客户需求分级的意义

第五节 市场调研如何操作才能保证效果

市场调研的主体是企业的资深人员

要选择合适的市场调研渠道

策划和制定市场调研的具体方案

如何获得真实的信息

第六节 产品需求的来源

第七节 需求分配中的流程、团队和渠道

第八节 需求验证防止错误认知客户需求

内部验证外部验证

向华为学习卓越的产品管理

第三章 产品规划管理实现效益最大化

第一节 产品规划的流程

产品规划流程概要

组织和运作模式（团队）

产品规划和产品开发的关系

- 产品规划和部门规划的关系
- 产品规划和绩效管理的关系
- 第二节 产品平台的定义和规划//072
 - 产品平台的定义
 - 产品平台的重要性
 - 产品平台的梳理和规划
- 第三节 产品规划和技术规划的关系
 - 技术规划的概念
 - 技术规划的流程概要
 - 产品规划和技术规划的关系
- 第四章 产品开发管理
 - 第一节 集成产品开发管理体系的基本思想
 - 新产品开发是一种投资行为
 - 市场成功是检验产品开发成功与否的唯一标准
 - 高效的产品开发需要跨部门、跨系统的协同工作
 - 产品开发流程要在非结构化与结构化之间找到平衡
 - 改造产品开发流程需要整个公司的变革
 - 第二节 IPD 流程简介——“两个团队，一个流程”
 - IPMT 和PDT
 - 产品开发流程
 - 第三节 PDT 经理和产品经理的分工与配合关系
 - PDT 经理vs 产品经理
 - 产品经理在IPD 流程中的两个关注重点
 - IPD 体系的矩阵组织架构
 - 第四节 IPD流程的层次
 - 第五节 IPD各阶段的输入/ 输出
 - 第六节 IPMT 依据产品的业务计划书进行决策
 - 业务计划与项目计划的关系
 - 业务计划与营销计划的关系
 - 业务计划书的构成
 - 第七节 产品开发的决策评审会议
 - IPMT 会议管理
 - 决策评审及其流程
 - 第八节 产品开发中的项目管理模式
 - IPD 产品开发流程和项目的关系
 - IPD 产品开发中的项目计划
 - “渐进明细”原则
 - 第九节 IPD 体系的推行和变革管理
 - 变革管理的三大内容
 - IPD 变革项目如何顺利推行
 - 流程如何裁剪
- 第五章 产品上市管理左右企业利润/
 - 第一节 产品上市时间是对利润影响非常大的因素
 - 第二节 产品上市阶段产品经理的职责
 - 宏观上一手软，一手硬
 - 微观上星火燎原
 - 第三节 产品上市涉及的活动
 - 产品命名
 - 受控宣传和受控销售

《向华为学习卓越的产品管理》

用户试用

第四节 产品发布流程

第五节 产品上市案例分析

新产品上市的“一五一”

产品销售“一纸禅”

第六章 产品生命周期管理

第一节 产品生命周期管理概述

第二节 产品生命周期管理的主要工作

第三节 产品经理负责的产品生命周期管理

第四节 产品退市管理和生命周期切换

产品退市管理

新老产品生命周期切换

第七章 产品经理如何管理整个产品团队

第一节 产品管理的组织架构

产品管理的矩阵架构

矩阵架构的管理难点

第二节 产品经理需要掌握的沟通技巧

将心比心

与领导沟通

第三节 产品经理如何有效激励团队成员

描绘产品愿景，赋予团队神圣使命

树立竞争对手，激发成员求胜的欲望

规划成员职业方向，激发成员进取心

有效运用绩效管理机制激励员工

《向华为学习卓越的产品管理》

编辑推荐

浓缩华为产品管理最佳实践经验的精华本，帮助企业从单一产品开发聚焦到市场需求和产品系列规划上来！企业中高层管理者，产品经理，研发团队负责人必读！在做产品之前要先搞清楚客户需求，所以产品管理的第一个环节是产品需求管理：卢刚所著的《向华为学习卓越的产品管理》主要讲解怎么样收集、分析、确定客户需求，从而保证能够把客户需求原原本本地落实到最终的产品中。全书最后介绍了两个和人员管理相关的议题：一个是产品经理如何管理产品团队。

《向华为学习卓越的产品管理》

精彩短评

- 1、对产品管理有了更深入的认识。
- 2、大致流程可以参考，但细节方面更适合电子数码行业。
- 3、比较概括的介绍了产品管理的流程和逻辑

《向华为学习卓越的产品管理》

章节试读

1、《向华为学习卓越的产品管理》的笔记-第1页

mark

《向华为学习卓越的产品管理》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com