

<<产品经理的第二本书>>

图书基本信息

<<产品经理的第二本书>>

前言

## <<产品经理的第二本书>>

### 内容概要

在《产品经理的第二本书》中，哥乔斯探讨了卓越产品经理所需的特定技能。如果你立志成为杰出的产品经理，期望能够激发起客户持久的兴奋感并为企业创造长期的竞争优势，那么本书向你介绍了详尽的行动计划方案。

如果你想创建产品或服务的清晰愿景和策略，并在所有的组织层级和市场中加以贯彻落实，那么本书会告诉你想知道的所有相关知识和技能。

发展和评估技能的广泛练习和自我测评

运用技能提高客户满意度和改善竞争定位的工具和行动步骤

顶尖产品经理的5大能力及在日常工作中加以运用和践行的方法

当今卓越的产品经理，即使任职于《财富》500强企业，也必须具备创业家的技能、愿景和灵活性

！

如果你想学习和发展这些技能，提高企业的生产力和利润水平，并使产品经理的职业生涯获取丰厚的回报，那么《产品经理的第二本书》为你提供了详尽的行动指南。

## <<产品经理的第二本书>>

### 作者简介

琳达·哥乔斯 (Linda Gorchels)，在产品和营销管理方面具备丰富的实践经验，目前执教于威斯康星大学麦迪逊分校商学院高级管理人员教育系，是高级管理人员营销课程的负责人。

琳达·哥乔斯曾撰写过畅销书《产品经理的第一本书》。在书中她向成千上万的专业人士介绍：在当今充满挑战的市场环境中，产品经理发挥和承担了日益广泛的作用和责任。

## <<产品经理的第二本书>>

### 书籍目录

译者序

第1章 卓越产品经理的能力

取得业绩

与人合作取得成果

确保市场导向

指导产品的“匹配”与功能

分清轻重缓急

创业技能与特征

建立产品经理计分卡

第2章 项目和时间管理基础

项目管理基础

时间管理

第3章 计划框架

明确范围

环境扫描

目标与目的

战略和战术

实施

跟踪

第4章 市场研究

建立信息来源网络

确定研究问题

研究设计及进度安排

确定现场研究过程

问卷设计

数据的搜集、编辑和编码

数据处理和决策

第5章 计划的财务基础

评估产品线

弹性产品预算

产品成本计算

评估投资方案

第6章 产品及品牌组合分析

产品线规划

品牌资产管理

全球产品计划

产品合理化

第7章 战略愿景和计划

战略思考

战略制定

战略实施

第8章 新产品的概念与开发

新产品的目标

创意形成

预测和概念筛选

## <<产品经理的第二本书>>

概念完善和规格要求  
样品测试  
第9章 新产品上市指南  
上市准备：尽早开始  
上市实施：获取承诺和支持  
上市后追踪：尽早调整  
第10章 定价框架与策略  
定价目的与目标  
新产品定价  
产品线延伸定价  
价格决策因素  
辅助性服务与选项定价  
行业价格调降  
价格变动  
销售折扣  
全球定价  
第11章 整合营销沟通  
营销沟通  
品牌资产和定位  
整合营销传播  
销售支持材料  
辅助性沟通活动  
第12章 渠道策略  
策略匹配问题  
持续支持

<<产品经理的第二本书>>

章节摘录

## <<产品经理的第二本书>>

### 媒体关注与评论

基本是一本手册，里边有很多“相关练习”，提醒你做得好与不好，或是否做到了。特别是对于我这样在营销上没有受过什么专业训练的人，实在是太有用了。

——网友 草根儿讲了很多具体的技巧，可以当字典用。

作者依然强调全球化、实现规划和以客户为中心。

——网友 king\_one



## <<产品经理的第二本书>>

### 编辑推荐

《产品经理的第二本书》编辑推荐：第一本全面阐述当今顶尖产品经理所需技巧和工具的指南，产品经理的案头必备书。

提出卓越产品经理必备的5项能力：取得业绩、与人合作取得成果、确保市场导向、指导产品的“匹配”与功能、分清轻重缓急。

## <<产品经理的第二本书>>

### 名人推荐

基本是一本手册，里边有很多“相关练习”，提醒你做得好与不好，或是否做到了。特别是对于我这样在营销上没有受过什么专业训练的人，实在是太有用了。

——网友草根儿 讲了很多具体的技巧，可以当字典用。

作者依然强调全球化、实现规划和以客户为中心。

——网友king\_one

<<产品经理的第二本书>>

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:<http://www.tushu007.com>