

中国仪器仪表行业协会

中仪协〔2021〕15号

关于举办 2021 年度仪器仪表行业第四期培训班的通知

各行业企业及有关单位：

在现代企业运营过程中，产品经理从前期市场调研、研发立项、测试，生产、市场推广一直到产品退市参与产品的全流程管理，岗位重要性日益突出。为满足行业企业需求，帮助企业提高产品经理业务素质，提升产品管理水平，经协会研究决定围绕“如何成为一名卓越的产品经理”举办 2021 年度仪器仪表行业第四期培训班，欢迎大家积极参与。现将本次培训活动有关情况通知如下：

一、**培训班名称：**2021 年度仪器仪表行业第四期培训班。

二、**课程内容：**卓越的产品经理实践。课程以及讲师介绍详见附件 1；另根据报名情况，适时安排对上海本地典型企业走访活动。

三、**培训时间：**2021 年 6 月 18 日-19 日（课时共 13 小时）。

四、**培训地点：**上海邮电大厦三楼会议室（上海市静安区恒丰路 601 号）。

五、**培训对象：**总经理、总工程师、产品总监、研发项目经理、产品经理、市场营销、市场研究及产品规划部门、PMO（项目管理办公室）成员等。

六、课程费用：会员或已参加过协会相关培训的 3600 元/人；非会员或未参加过协会相关培训的 4000 元/人；3 人以上 3300 元/人。（含授课、教材、午餐、水果茶点等费用，住宿自理）

七、报名及相关事宜：请各参加人员准确填写报名回执表（详见附件 2），并于 6 月 10 日前反馈至秘书处联系人邮箱，课程费用汇至协会收款账户。

具体信息如下：

账户名称：中国仪器仪表行业协会

开户行：中国工商银行股份有限公司北京礼士路支行

账号：0200003609014475572

八、协会秘书处联系人以及联系方式：

王 勇： 13501101044（微信同号，请添加）

程 红： 13910434351

邮箱：wangy@cima.org.cn

九、推荐住宿标准：

房型	费用	备注
单人大床房	300 元/天	含早餐
双人标间	350 元/天	含早餐
家庭房	390 元/天	含早餐

需了解培训有关事宜，敬请来电垂询。

附件：1. 课程以及讲师介绍

2. 报名回执表



附件 1

课程以及讲师介绍

课程收益

- ✓ 了解产品经理在产品管理流程各阶段的职责及角色，以及与相关职能部门之间的关系。
- ✓ 产品经理和项目经理有什么区别？如何作好分工？
- ✓ 如何领导团队紧密结合市场为公司创造高价值的产品？
- ✓ 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项目管理流程并确保有效执行。
- ✓ 学习如何实现市场管理流程与产品开发流程的整合，掌握正确的产品—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。
- ✓ 产品经理究竟应该具有什么样的素质模型？谁来承担比较合适？公司如何培养产品经理？

课程特色

- **系统化理论指导**——课程内容采用业界先进的方法论，结合中国企业自主创新的最佳实践，总结提炼出适合中国本土企业的产品经理制度。
- **丰富案例分析互动**——通过案例分析研讨加深学员理解。
- **讲师的专业性**——讲师长期就职于**华为**，一直从事产品研发及市场管理工作，在市场规模、产品管理、项目管理、团队管理等具有资深实践经验。

讲师介绍

杨老师 深圳汉智成资深顾问，原华为解决方案高级产品主管。曾服务于华为 15 年，经历了**华为**的高速发展阶段，历经开发代表、系统工程师、产品规划、解决方案架构师、产品经理、产品解决方案项目总监等岗位，经历过华为产品研发变革的全过程。长期战斗在产品研发业务第一线，经历过华为多个产品线的生命周

期，主导过多个产品的版本规划和设计工作，对于华为成功背后的逻辑有着深刻的洞察和理解，辅导过多家上市企业的战略、组织、产品研发的变革。

在华为期间，曾和 IBM、埃森哲咨询团队一起进行产品战略及产品规划方法体系的设计，并带领技术团队出色完成某海外上亿美金解决方案项目的技术方案设计工作。

服务客包括中国中车、航盛电子、雄帝科技、锐明技术、几米集团等知名企业。

课程大纲

1. 产品经理岗位探讨

1.1 产品经理现状（讨论）

1.1.1 你印象中的产品经理/网络上产品经理传说

1.1.2 贵公司产品经理的定义

1.1.3 产品经理的困难：“苦逼人生”

1.2 怎样才算是成功产品开发

1.2.1 技术开发 or 产品开发：对产品成功和财务成功，而不是技术创新，领先半步是英雄，领先一步是先烈

1.2.2 项目开发 or 产品开发：面对整个市场而不是单一客户

1.2.3 怎样才算是成功的产品开发：偏差、齐套、试制、上市标准、转产、生命周期

1.2.4 成功产品包含哪些要素：研发、生产、行销、营销、服务、资料、财务

1.2.5 产品需求来自哪里：客户、友商、内部 or 拍脑袋，不是人人都是 Jobs

1.2.6 产品开发如何面对不同的客户群定位

1.3 PDT 团队该如何组成和管理

1.4 产品经理应具备哪些素质（讨论）：产品经理就是这个产品的 BOSS

2. 产品经理的职责, 角色与定位

本单元学习目标：了解产品经理的职责、角色和定位和产品管理流程框架

2.1 案例讨论——高科技企业产品方案决策

2.2 产品经理的定义、职责及角色

- 2.2.1 产品经理发展历史
- 2.2.2 产品经理的定义
- 2.2.3 产品经理的职责
- 2.2.4 产品经理角色与定位
- 2.2.5 举例:产品经理在组织架构中通常岗位(某通讯公司)
- 2.2.6 产品经理的几种分类
- 2.2.7 产品管理中的几个横向组织和分工
- 2.2.8 产品经理与项目经理的区别
- 2.3 产品管理框架
 - 2.3.1 产品管理概述:各阶段间的关系
 - 2.3.2 产品管理流程化能给企业带来什么好处?
 - 2.3.3 产品经理在产品管理各阶段的角色和职责

3. 市场调研

本单元学习目标: 学习市场调查方法、流程及如何开展

- 3.1 市场调研的定义及特点
- 3.2 市场调查方法简介
 - 3.2.1 档案调查
 - 3.2.2 实地调查
- 3.3 市场调研的过程
- 3.4 调研方案设计
- 3.5 调研方案内容示意图
- 3.6 案例分析---SMB 需求调查

4. 市场管理和产品业务计划书

本单元学习目标: 产品经理如何进行市场管理及所需技巧,如何制定产品的业务计划书及路标规划

- 4.1 市场管理方面存在的主要问题
 - 4.1.1 如何发现利润区
- 4.2 产品经理在市场管理阶段的主要职责

4.2.1 产品线业务计划的定义

4.2.2 产品线业务计划的目的是途径

4.3 市场管理流程的几个阶段

4.3.1 阶段一：正确的理解市场（如何寻找潜在的机会和目标）

- ✓ 如何正确的理解市场
- ✓ 市场评估的内容及输出
- ✓ 市场评估：业务设计（Business Design）的内容
- ✓ 举例：某知名公司的业务设计

4.3.2 阶段二：进行市场细分（定义初步的细分市场目标市场）

- ✓ 市场细分的原因
- ✓ 如何进行市场细分
- ✓ 市场细分要注意的问题

4.3.3 阶段三：产品组合分析（竞争环境、投资机会等的分析）

- ✓ 战略地位分析（SPAN）
- ✓ 对细分市场的市场吸引力和竞争地位进行评估
- ✓ SPAN 与 FAN 分析，并与业务目标结合起来

4.3.4 阶段四：制订细分市场业务计划

- ✓ 业务战略规划程序概览
- ✓ 安索夫矩阵提供了支持目标的框架
- ✓ 细分市场的业务计划模板

4.3.5 阶段五：调整和优化业务计划

- ✓ 组合路标开发的六个步骤
- ✓ 评估要素
- ✓ 整合为公司级的项目清单
- ✓ 通过管道管理优化项目优先级排序及时间安排
- ✓ 产品线业务计划模板（示例）
- ✓ 制定产品路标规划
- ✓ 产品版本规划的 V、R、M 介绍

4.3.6 阶段六：管理业务计划并评估绩效

- ✓ 初始的产品包/解决方案业务计划书
- ✓ 项目任务书背景材料
- ✓ PDT 项目任务书 (charters)

4.4 案例分析:

5. 产品的需求管理

本单元学习目标: 学习\$APPEALS 需求提取方法和需求管理流程

5.1 产品需求来源

5.2 市场管理与市场需求管理流程的关系

5.3 业界公司在需求管理中的常见问题

5.3.1 隐含的客户需求

5.3.2 不同角色对需求的理解

5.3.3 需求的理解和传递失真过程

5.4\$APPEALS 方法

5.4.1\$APPEALS 的每个维度都包括了多个要素

5.5 市场需求管理流程

5.6 收集原始客户数据

5.7 解释客户原始数据

5.8 客户需求分组整理 (应用\$APPEALS)

5.9 客户需求优先排序

- ✓ **案例:** \$APPEALS 客户评价差异比率样表

5.91 整理需求并提炼产品需求

5.92 案例分析

6. 产品创意和产品开发产品创意和产品开发

本单元学习目标: 学习产品创意的指导原则及产品经理在产品开发阶段的角色和使命

6.1 产品创意

6.1.1 产品创意的指导原则

6.1.2 产品创意系统流程 (示例)

6.1.3 案例练习

6.2 产品开发的结构化流程

6.2.1 产品经理在产品开发阶段的角色

6.2.2 产品经理与其它人员的职能区别

6.2.3 实例讲解：产品经理如何监控整个项目

6.3 案例分析

7. 产品的上市管理及生命周期管理

本单元学习目标：产品经理如何管理新产品上市及产品生命周期管理

7.1 为什么产品上市管理很重要？

7.1.1 产品上市时间是对利润影响最大的因素

7.1.2 为什么要有 Launch 流程

7.1.3 市场“营”与“销”区别

7.2 产品经理在新产品上市管理中的使命

7.3 新产品上市涉及的活动

7.3.1 产品

7.3.2 价格

7.3.3 促销

7.3.4 渠道

7.3.5 技术支持

7.3.6 订单履行

7.3.7 新产品的命名管理

7.3.8 新产品的受控宣传和受控销售的管理

7.3.9 产品发布流程

7.3.91 案例：新产品上市“151”

7.4 产品生命周期的管理

7.4.1 产品生命周期特性、目标及战略

7.4.2 产品生命周期管理的主要活动

7.4.3 产品经理在生命周期管理阶段的主要角色及职责

7.4.4 版本切换控制及策略

7.5 案例分析

8. 产品经理如何协调产品团队和各职能部门

本单元学习目标：产品经理如何沟通、如何激励团队成员

8.1 产品团队成员的组织结构

8.2 产品经理如何协调各职能部门成员：沟通和激励

8.2.1 如何得到上级的有力支持——沟通技巧

8.2.2 如何得到上级的有力支持——应准备报告

8.2.3 产品经理如何跨部门沟通

8.2.4 产品经理有效沟通的基本技巧

8.2.5 产品经理如何有效激励产品团队成员

8.2.6 运用 KPI——平衡记分卡去激励团队

9. 产品经理的技能要求

本单元学习目标：了解产品经理的素质模型，学习产品经理的领导力和影响力及如何训练

9.1 产品经理的素质模型

9.1.1 素质的“冰山模型”

9.1.2 产品经理的整体素质模型

9.2 产品经理的能力模型

9.3 产品经理的领导能力

9.3.1 什么是领导力

9.3.2 领导特征及领导类型

9.3.3 产品经理的领导能力培养

9.3.4 经理 VS 领导

9.3.5 产品经理与部门经理共同处

9.3.6 产品经理的主要任务

9.4 产品经理的影响力

9.4.1 什么是影响力

9.4.2 影响技巧

9.4.3 权力 VS 影响力

9.4.5 产品经理如何解决冲突

9.4.6 训练产品经理影响力的五步骤

- ✓ 建立专家信誉
- ✓ 平衡与每网络关系时间
- ✓ 资源网络发展
- ✓ 选择组合影响技巧
- ✓ 有效地交流影响技巧

9.5 案例分析：在还没有授权情况下, 如何做好工作？

10. 如何培养高效产品经理

本单元学习目标: 公司如何培养成功产品经理及产品经理成长的三个阶段

10.1 产品经理的公司培养

10.1.1 岗位轮换

10.1.2 自我批判

10.1.3 导师制

10.1.4 参加学习

10.1.5 营造环境

10.2 产品经理的选择

10.3 产品经理的职业晋升通道

10.4 产品经理成长的三个阶段

10.4.1 研发内部各职能领域的互动（研发项目经理）

10.4.2 研发与产品线的各职能领域的互动

10.4.3 介入规划，市场驱动研发（从源头贯穿全流程）

11. 大型案例分析

本单元学习目标: 通过运用两天所学的知识点分析某大型案例，从而熟悉掌握，便于今后实践中操作。

11.1 大型案例分析

11.2 小组汇报

11.3 小结

12. 总结

12.1 小结所学的知识

- ✓ 产品经理的职责，角色与定位
- ✓ 市场调研
- ✓ 市场管理和产品规划
- ✓ 产品需求管理
- ✓ 产品创意和产品开发管理
- ✓ 产品上市管理和生命周期管理
- ✓ 产品经理如何协调整个产品团队
- ✓ 产品经理的技能要求
- ✓ 如何培养高效产品经理

附件 2

报名回执表

单位名称				
姓名	性别	职务	电话	邮箱
是否需要住宿			<input type="checkbox"/> 需要 <input type="checkbox"/> 不需要	
发票类型			<input type="checkbox"/> 增值税专用发票 <input type="checkbox"/> 增值税普通发票	
是否参加企业走访			<input type="checkbox"/> 需要 <input type="checkbox"/> 不需要	
开票信息	单位名称： 地址： 电话： 税号： 开户行名称： 银行账号：			
发票寄回信息	地址： 收件人： 电话：			
<p>注：报名截止日期为 2021 年 6 月 10 日，为后续相关安排，请准确填写参会人信息</p> <p>请尽早将《报名回执表》填写好，返回至邮箱 wangy@cima.org.cn</p> <p>请添加培训组微信便于后续发布通知等资料，微信号：13501101044（添加时请注明：单位名称与姓名）</p>				