

产品经理必备能力：思维模型

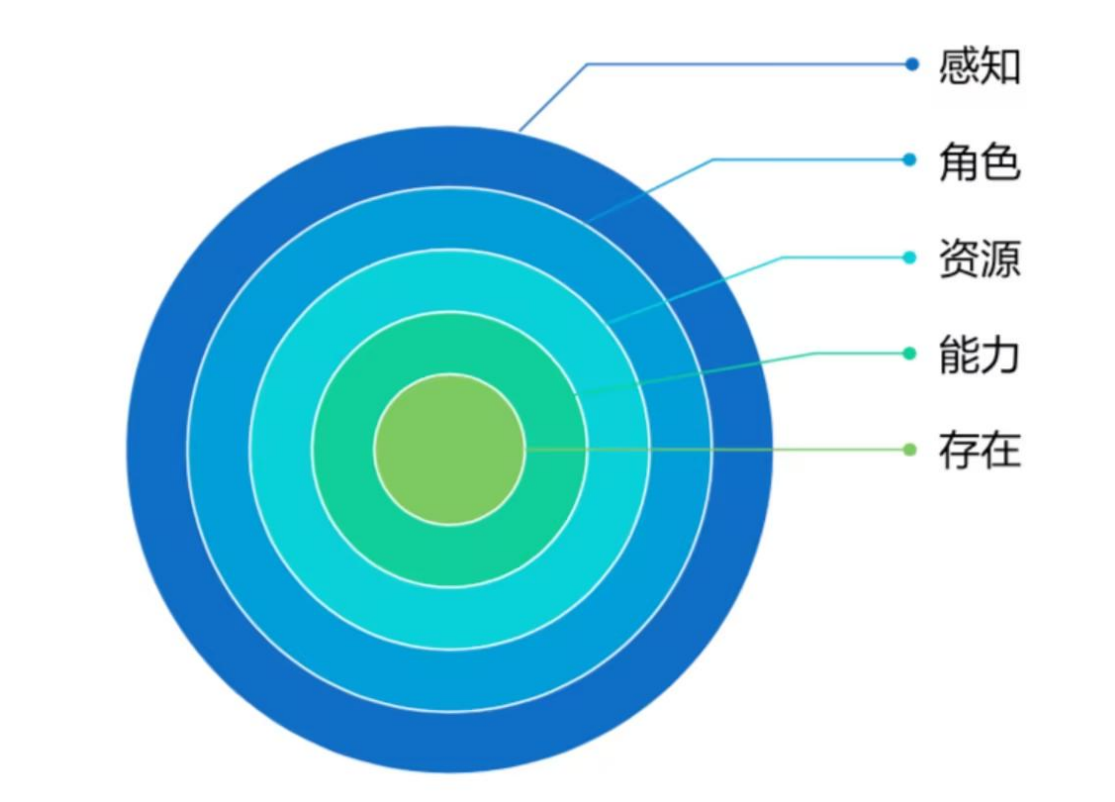
互联网公司大量的产品经理，但大家一般都不太了解什么是产品经理——不仅学校里没有一个专业叫产品经理，并且每家公司对产品经理的岗位定义却还都不太相同。很多做产品经理的人，可能之前是程序员、QA、运营、销售等岗位，好像很多人都能做，但做的好的又不多。根据骨灰级产品经理总结，产品经理是拥有判断信息、抓住要点、整合有限资源、把价值打包成一个产品交付给客户，并获得回报的能力的人。

互联网公司大量的产品经理，但大家一般都不太了解什么是产品经理——不仅学校里没有一个专业叫产品经理，并且每家公司对产品经理的岗位定义却还都不太相同。很多做产品经理的人，可能之前是程序员、QA、运营、销售等岗位，好像很多人都能做，但做的好的又不多。根据骨灰级产品经理总结，产品经理是拥有判断信息、抓住要点、整合有限资源、把价值打包成一个产品交付给客户，并获得回报的能力的人。从这个角度看，产品经理的这种能力是每个职场人必备的。所以今天就想向大家介绍下产品经理是如何考虑问题的，他们的思维框架是怎样的。

本次要向大家介绍 4 种产品经理的思维模型，分别是：圈层模型，金字塔模型，时间线模型，脑模型。首先，圈层模型是从产品自身角度出发，一个由内向外的结构，分别有存在层、能力层、资源层、角色层和感知层。

一、圈层模型

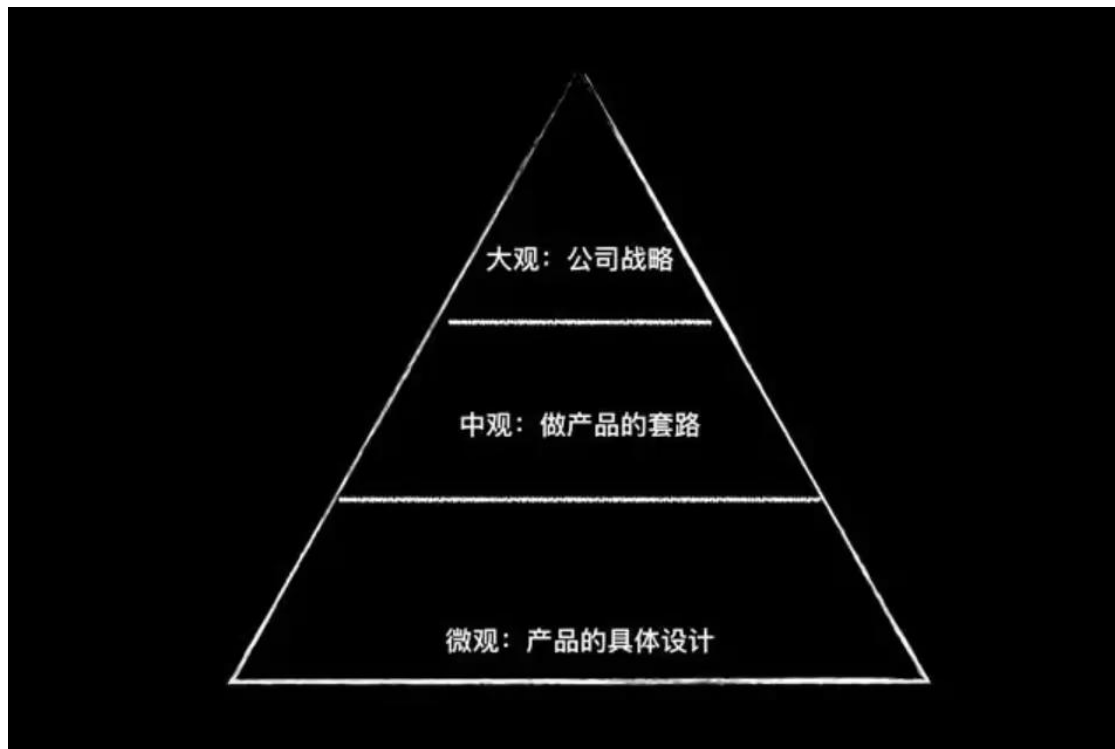
从产品经理自身的角度出发，最内核是其认为他自身为何存在过渡到产品为何存在的一种表达，他想向用户传递的一种价值观。外一层是能力层，为了能使产品存在，自身需要哪些能力。围绕能力，向外一层展开，需要哪些资源来匹配能力。能力、资源具备后，用户在产品中的角色是什么。围绕用户的角色，用户直接使用产品时，能直接见到的、点击的那些可感知元素是什么。这样一个由内向外，产品经理向用户传递了他的价值观的路径，让你通过产品，能知道产品经理具有什么样的理念。



二、金字塔模型

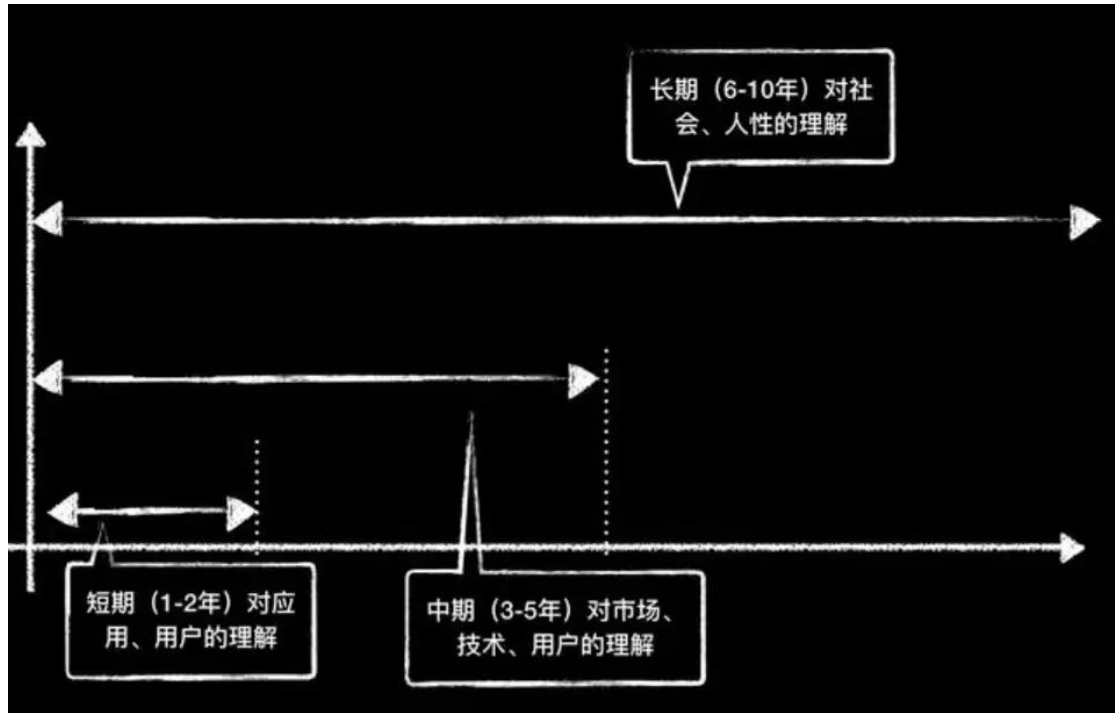
第二个模型是从具体设计产品的角度出发，一个三层的金字塔模型，塔顶是大观，塔身是中观，塔基是微观，从具体设计产品的角度出发，塔顶是大观，是公司的战略。产品必须要符合公司的发展战略。

确定产品在战略层没有问题后，就具体有很多做产品的套路了，就是塔身，例如市场调研和分析、用户分析、竞品分析等等。这些套路的最终结果要最终落地到塔基，实现为一个产品功能的设计。



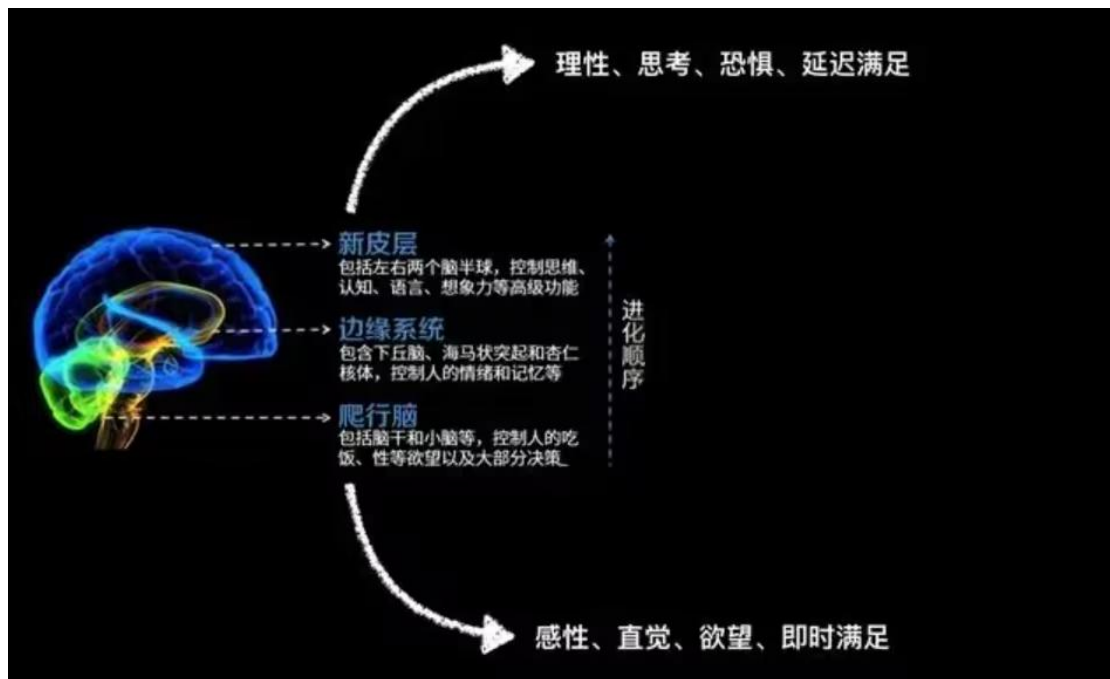
三、时间线模型

第三个是时间线模型，是产品经理在时间尺度上的理解力，依次有短期、中期和长期，产品经理在时间尺度上的理解力，从短期看，即 1-2 年内，主要是其对具体的产品应用和用户使用的理解；更长一些，3-5 年的中期，是其对产品的市场、新技术、用户群体的理解；更长期的 5-10 年，就是考验产品经理对社会发展趋势、人类本性的理解了。但并非理解的时间越长越好，还是需要和产品发展阶段、公司发展阶段匹配。动不动就看到七、八年后的世界，对于可能活不过一年的创业公司来说，也需要考虑一下如何解决眼前的问题。



四、脑模型

最后一个是从小脑科学出发，是对人脑的认知而来的，从脑科学来看，人类的脑有爬行脑、边缘系统和新皮层。由于脑的生物特性，决定了人拥有两种截然相反的需求类型，一种是源自理性的，基于思考的，会产生恐惧的，可以延迟满足的需求；另一种是源自感性的，基于直觉的，会产生欲望的，需要即时得到满足的需求。一个好的产品，都会在一定程度上同时满足人的这两种需求类型。



今天就为大家介绍到这。总的来说，产品思维是信息判断、整合资源、交付价值的有效思维工具。具备这样的思维能力，是人在生活和职场能够走的更好的强劲的驱动力。最后回顾一下，今天为大家介绍的产品经理思维模型的分别是：圈层模型——由内到外，金字塔模型——由上到下，时间线模型——由短到长，脑模型——两种需求类型。以上仅仅是列举了其中部分，还有更多的产品思维模型待分享给大家。