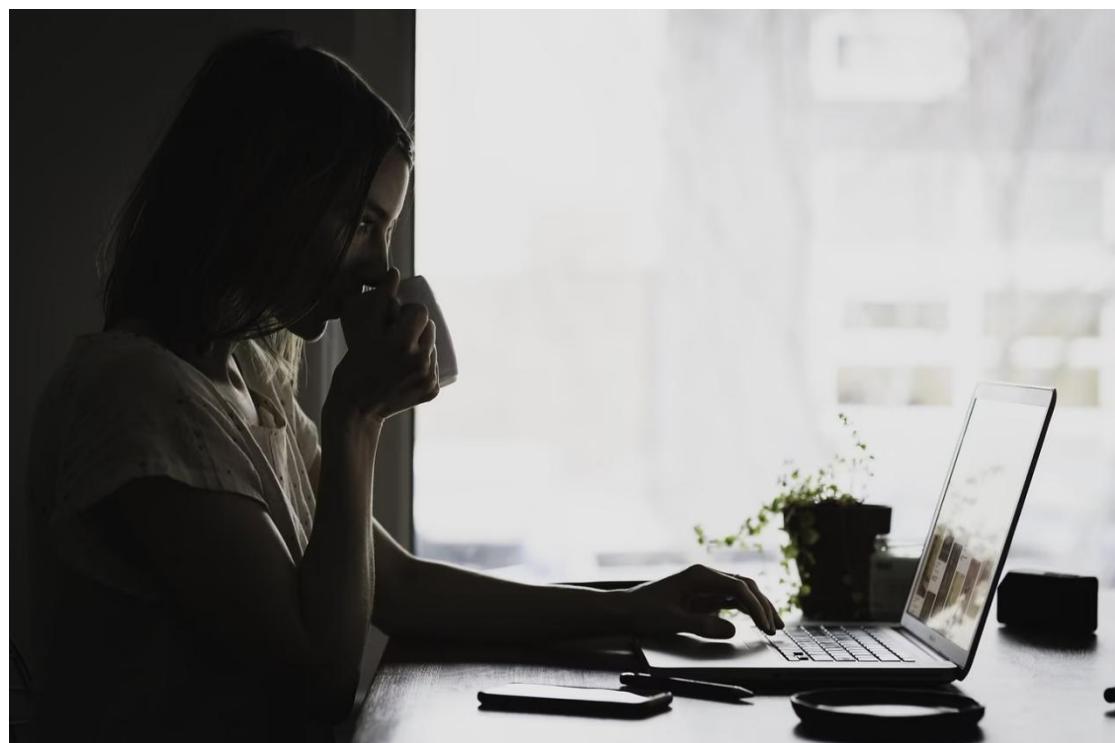


产品经理职业发展规划建议

人们都说产品经理是一个门槛极低上限极高的职业，现实工作中确实如此，毕竟人人都是产品经理，但如果要想在产品经理这个行业长期发展耕耘下去必须得做好各项准备，除了职业规划以外很多方向性的东西必须得有强烈的认知，否则很难不被淘汰。



有职业规划的产品经理，会有一种内在动力，驱动着他不断的在行业里、专业内、项目中、产品中突破技能、业务、管理和商业上的瓶颈，跨过一道道的门槛，向理想中的目标前进。在遇到门槛时，有勇于跨界的底气，能借助多年来累积的复合能力，去突破一层层的壁垒；在想跳槽的时候，能快速判断经验的可迁移性，能为目标公司带来价值，能清晰的认清自己。

有职业规划的产品经理，能提前感知到自己的瓶颈，会主动去掌握软硬技能、花时间去理解业务、深入了解行业，甚至独挡一面，推动业务向前发展。走到人生岔路口、面临选择时，有多个权重不一的可选项。职业规划是一个以终为始的个人发展投资策略，它可以让我们在一个行业里占据一席之地，并好好保护自己的本金，维持一个有远见的投资眼光，在每一个值得投入的人生阶段，都能找到最适合自己的职业。

职业规划是一种观念，一种自我投资观念。老祖宗不是说过嘛「不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域。」前途是谋划出来的，有职业规划的产品经理，不会对未知感到迷茫，他知道应该往哪个方向发展；跳槽或转行的时候，能理清自己的竞争优势。正如那三个建筑工人的对话一样，一个正在砌一堵墙、一个正在盖房子、最后一个正在建造家园。若干年后，第三个建筑工人已经成为一家房地产公司的老板，前两个人正在为他打工。所以，对产品经理而言，对待雷同的工作内容，在认知、看法、理解上的不同，最终也会导向不同的职业方向。这种差别主要源于对待职业的态度。那么，应该如何做好自己的职业规划呢？

1. 正视自己的职业态度

对一部分产品经理来说，工作不就是干活嘛，一种谋生手段。不一定是自己喜欢的，甚至和其它部门屡屡唇枪舌战下来，丧失了热情和好奇心，按部就班的完成任务，对本职之外的事情毫不关心，只需要确保家庭生活最基本的经济保障就很满足了。在这样的认知下，谈

不上辛苦，只能是心苦。还有一些产品经理意识到自己的职业是在为某种目标做准备，从这份简简单单的工作背后看到了所能带来的附加内容和价值，意识到产品经理这个职业独特的专业性，就不再满足于将工作作为例行公事，而是钻研进去，边工作边学习边摸索边反思，总结出一些通用技能。因为他们深知，任何一项职业只要钻研进去，都是一门学问。只有专业化，才能具备审时度势的眼光，把握机遇，抓住机遇。把握得好，它就可能成为你人生道路上的一个转折点，一次大飞跃。甚至在面对职业焦虑和行业变革时，有重新洗牌的底气和实力。

2. 明确职业定位

对任何一个人而言，什么时候最关注职业定位？是就业的过程中，尤其是在失业或准备换工作的时候才会慎重考虑这个问题，虽然就业这个大命题是社会性的，但落到一个人头上的时候，它便成了自己的问题。与其被动的思考自己的职业定位，不如从当下开始，找到你内心深度认同的职业方向，盘点自己的职业优势，确定最适合自己发展的领域。

对产品经理来说，自问是否会一直从事这个职业，还是说暂时先自己划定一个周期，先从事产品经理，再在恰当的时机转行或自主创业。

从定位中找到自己的商业价值，即你是否有能力并运用它为企业、为自己创造出相应的价值。这种价值可以从你中意的行业和头部企业的职业要求上对比分析出来。把行业价值整理出来，按技能、知识、

天赋、人脉、资源分批烙在自己身上，在实践中确定自己走专业路线还是管理路线。

3. 选一个能学到最多东西的公司

在职业生涯的各个阶段，选择一个能够为我们提供支持公司，将有机会学习不同的知识。

新入门的产品经理，需要学习产品管理方面的基础知识。跟有经验的产品经理和研发团队的合作，是快速了解业务、了解一个新领域的最佳方法。在担任了一段时间的产品经理、负责一段产品工作后，可以试着独立开展产品相关工作。

4. 选择一家能不断成长的公司

加入一个不断成长的新公司，随时都会有新机遇研发一款优秀的产品，也会得到更多的机会，成长为资深产品经理。同时也意味着，即使必须加入一个不是自己中意的公司，得到的头衔也不是自己想要的，在这里的经历也很有可能会迅速得到转变。

5. 选择一个信任你的上司

很多优秀的产品经理都将自己的成功归功于让他们有机会证明自己的上司，在选择加入一个团队了，除了业务前景、产品，还要考虑你的上司是谁。一旦遇到这样的上司，就要努力让他知道你有能力做出优秀的产品，并且好学、忠诚、可靠，并勇于承担他们交予你的任务。

6. 加入一个可以不断学习新技能的团队

谷歌高级产品经理 Chrix Finne 说过一句话：“一个人的资历不外乎经验，但是还有一个窍门，即你可以控制自己积累经验的速度。”如果你在之前的公司一直在做处于成熟期的产品迭代，其实可以考虑加入一个主打推出新产品的团队，或是挑战即将迈入成长期的产品。或是从以客户为导向转向以业务增长为导向，在这个过程中不断在团队中学习、实践新技能。

7. 和团队一起尽快拿出落地的东西

其实，很多团队都会对新来的产品经理心存疑惑，担心工作强度会提高、担心进度被拖慢，担心专业水平不行。其实产品经理所做的大部分工作都是幕后的，呈现在台面上的时候，只是一个结果，他们看不到你所付出的努力。作为团队中的一员，可以通过在工作前期向他们确认、讨论技术可行性、用户体验等方式邀请他们尽早介入，了解你的工作进展、重要节点，来打消他们对你的顾虑。每一次的成果都是和团队一起完成的，既做到了尊重他们的建议，又能提高跨部门评审的效率。

8. 提升工作效率

产品经理是一个任务量多如山的职位，在学会如何懂得如何取舍的同时，也要能及时响应，不能成为产品流程中的瓶颈，合理的时间管理是至关重要的。有效的时间管理能让我们的工作更高效。

9. 定义并衡量成功

作为一名产品经理，要想在职业生涯的道路上脱颖而出，就是把个人取得的成功在业务层面上给予量化。可根据具体的情况定义成功，成功可以是新产品上线后的用户大规模增长、可以是季度营收的增加、或是咨询的线索量增加。也可以根据产品的特性定义更加具体、量化的指标。定义了成功的目标，就能辨别哪些工作是关键任务，哪些任务是不重要的，从而更好的设定任务优先级，引导团队聚焦在重要的事情上，杠杆式撬动成功。

10. 积极主动的寻找能与团队达成共识的技巧

对于一些新转行来的产品经理，或是新加入一家企业的产品经理，可能会觉得工作就是交付一些文档、方案、规范、分析报告写完了，任务就完成了。然而，这些文档并不是你的成果，它只是用来获得结果的工具之一，它是跨部门传递信息的载体，是让研发人员理解、构建技术架构、支持产品运行的工具，是和跨部门团队沟通的工具。写文档的技能通过练习就可以掌握，而有效的传递信息，达成共识，才是需要产品经理主动思考并重点要解决的。



1. 交付成功的产品

衡量一名产品经理成功与否最大的标准就是你的产品。很多人并不能参与你的市场研究中、需求分析中，也听不到你在产品发展方向上的雄辩之言，他们对你的认识往往取决于你的产品在市场上的表现。如果他们听说过你的产品、使用过你的产品、喜欢你的产品，并且这种良好的口碑还能以病毒式的速度传播，会为你树立起一个良好的形象。就连和你共同工作的团队，以后也会不再记得你为了推进新产品所付出的那些努力的瞬间，只会记得他参与过的、成功的产品，是由你带领着推向市场的

2. 多推出一些产品，积累经验

从想法、立项、规划到上线，再到持续增长迭代，产品的生命周期决定了产品经理需要在不同阶段，掌握不同的产品管理技能。

如果想在不同行业、不同领域持续提高自己的产品管理能力，就需要多经历几次完整的产品全生命周期管理流程。有时会因行业限制、

企业经营等原因，无法在全生命周期里精进。那就多在产品前期，和一支产品推进周期更短的团队合作，完善从 0-1 的新产品管理经验，也可以让我们更快的积累相关经验。

3. 勇于接受跨团队的任务

在职业道路上，有时候只需要做出一款对公司而言重要的产品或重大项目就能赢得专业的口碑，如果这样的机会不多，还有其它方法树立专业的人设。跨部门培训、协助跨部门出席行业论坛、在公司大会上出色的发言，都可以让产品经理获得认可，证明自己是一名专业的、值得信赖的产品经理。这种跨团队的价值还体现在，它能帮助你和全公司的人建立良好的人际关系，任务推进就会顺利很多。

4. 让自己的角色跟公司的发展相结合

产品经理的职业发展通常意味着要不断拓宽工作领域，既可以从产品的某一功能开始，去接触更大范围的产品管理，直到最终负责整个产品、产品线、乃至整个业务。这条职业发展路径，需要了解业务是怎么样把产品、产品线高效组合成更大的业务体系的，在实践中找到这种融合的最优方案，实现整体大于各部分之和的价值。

5. 证明自己能胜任更高一级的工作

小有规模的企业都有清晰的职业发展路径，定义了每一级别所需要的技能，清晰明了。

想要实现职业升迁，必须先确保能满足高一级的技能要求，你需要在当前级别里证明自己能够胜任更高一级的工作，并且团队里的成

员也认为你是可以胜任的。如果仅仅自己相信，但其它人员对你的胜任力没有信心，晋级的可能性也很高。不排除说靠着上级的关系获得晋升，但专业水平跟不上，时间长了一直没有成就，跌落神坛会更惨。

6. 挑战对团队成长和公司发展更为重要的任务

很多公司都会给新来的产品经理一些没有挑战性的工作，一来不用冒太大的风险，二来也可以考察产品经理的能力，这时，就需要我们沉下心来把简单、重复的工作做出亮点，以此证明自己是有能力胜任更有挑战性的工作的，结合自己的优势和长处找到对团队成长和业务拓展重要的方向，做出成就。

对产品经理来说，越是基础性的工作，其实对业务增长越重要。就像产品设计，不仅关乎新用户首次体验的感受，也影响着新用户的留存、变现和转介绍。当把产品设计从功能设计上升到体验设计、上升到用户持续变现和推荐，这种通过产品设计实现可持续增长，对产品经理的职业发展相当重要。

7. 有几个不错的指导老师

产品经理需要具备各项硬技能和软技能，最好在每个职业阶段都有几个确实很卓越的人作为你的指导老师，多和他们分享交流，带着具体的问题和他们接触，这样的沟通对双方都有好处。

8. 在工作中练就并营销你的价值

在这里可以参考著名的心理学家、哈佛大学教授麦克里兰博士的冰山模型：麦克里兰博士的冰山模型 在实践中把海平面以上的知识

和专业上的软硬技能积累出来，作为通用技术。而真正区分优秀产品经理和一般产品经理的深层次因素，还是海平面下半部分的自我概念、特质和动机。硬技能可以在工作中锻炼出来，软技能需要刻意练习，比如领导力、先见性、谈判力、为他人解释信息的能力、创造力等。

自我认知体现在个人能否从工作的中获得满足感，这种满足感取决于是否匹配到了自己的价值观和性格特性，并随着职业经历的成熟度、职场行为逐渐趋于稳定。相比知识和技能，客观、正确的自我评价是一个复杂、终生的任务。要把自己的价值营销出去，除了在项目中、在产品、在企业内、在跨部门同事面前择机展示专业知识和软硬技能之外，还要经常在行业内经常抛头露面。尤其是 B 端产品经理从业者，你对行业的洞察、领先企业的创新分析、你撰写的专题报告都是彰显你独特价值的机遇，也为打造个人 IP 提供了契机。这些机遇可能是加薪、升职，也可能是转岗，创业。

9. 打造个人品牌

对产品经理来说，个人声誉很宝贵，你既要能赢得跨部门合作者的尊重，也能获得重点客户、合作伙伴的青睐，他们才会长久的和你建立合作。而打造个人品牌最直接的方式就是交付有价值的成果和与你共事过程中给他人留下的印象，在他们眼中，你是一个聪明、专业娴熟、尊重他人、靠谱、情绪稳定、有着优秀的决策能力的产品经理。或许他们不会当着面夸你，但他们会通过一次次的合作、找你咨询、沟通来表达对你的认可。

10. 成为业界翘楚

每次跨行到一个新的细分领域时，相信身边都会有更懂业务的成员，除了快速向他们学习之外，更多的时间要放在行业研究和客户研究上，以成为细分领域的翘楚为职业目标。结合自己的技能和知识储备情况，建立成长计划，并尝试以业务为导向开展产品相关工作，去真正的了解行业，了解行业发展轨迹、了解影响行业周期的因素，对行业现状、问题、机会点及未来的发展趋势形成自己的预判，和客户、团队一起寻找解决方案。歌德说过一句话：“人生最重要的是有伟大的目标，与达到伟大的目标的决心。只要不失目标地继续努力，终将有成”凡事均有两面性，门槛越低的职业，天花板越高。在很多人眼中，产品经理门槛极低，但天花板亦无上限。不妨花点时间，就像你做产品规划一样，整理整理自己的职业规划，从 0 到 1 把它变现，再在从 1-N 的成长道路上，攫取属于自己的果实。