

最常见的 6 个单面问题及详细思路解答

写在前面：

单面时少说废话，用总分总的回答方式，逻辑回答。直接回答面试官的问题，再分点阐述自己的理由，最后再总结一次自己的观点。

1、为什么想做产品经理

错误回答：

- (1) 技术不太好
- (2) 产品经理改变世界
- (3) 认识的朋友都想做产品

参考思路：

产品岗做什么+已有校园/项目经历+经历契合产品岗+做产品能让自己有价值感让自己开心

2、产品经理最重要的 3 个能力

能力框架		3级			4级			基础等
		基础等	普通等	职业等	基础等	普通等	职业等	
通用能力	1 学习能力(基本素质)	4	5	5	5	5	5	5
	2 执行力(基本素质)	4	4	5	5	5	5	5
	3 沟通能力(基本素质)	4	4	5	5	5	5	5
	4 行业融入感+主人翁精神(关键素质)	3	4	4	5	5	5	5
	5 心态和情商(关键素质)	3	3	4	4	4	5	5
专业知识	6 技术知识(关联知识)	3	3	4	4	4	5	5
	7 项目管理(关联知识)	3	3	4	4	4	5	5
	8 其他知识：财务、心理学、美学、办公技能等(关联知识)	2	3	3	3	4	4	4
	9 产品规划：版本计划/节奏(产品能力)	3	3	3	4	4	4	4
专业技能	10 市场分析能力/前瞻性(市场能力)	3	3	4	4	4	5	5
	11 对外商务沟通(BD/P3以上)(市场能力)	2	2	3	3	3	4	4
	12 运营数据分析(运营能力)	4	4	4	5	5	5	5
	13 市场营销：品牌/公关/推广(运营能力)	3	3	3	4	4	4	4
	14 渠道管理(运营能力)	3	3	4	4	4	4	5
	15 市场/用户的调研与分析(客户导向)	3	4	4	4	5	5	5
	16 方法论建设(领导力)	2	3	3	3	4	4	4
组织影响力	17 知识传承(领导力)	2	3	3	3	4	4	4
	18 人才培养(领导力)	2	3	3	3	4	4	4

腾讯产品运营素质模型。可从中选择 3 个，并准备理由。

参考思路：

低配版：

我认为最重要的 3 个能力是，学习能力、沟通能力、执行能力。原因：阐述产品职责，所以需要这 3 个能力。

高配版：

- 懂人性，原因：xxx 产品抓住了什么样的人，根据人性做了 xxx 的功能+校园/项目经历中，根据人性做成功了什么事情。
- 执行能力，原因：将产品从想法到落地+校园/项目经历中从 0 到 1 的困难+作为产品新人，有很多需要学习的，不应该好高骛远。脚踏实地执行好大大们交代的工作，快速成长。
- 沟通能力，原因：阐述产品工作流程，工作流程中需要和其他岗位的伙伴合作，沟通能力是必备技能。

3、你在这个项目中的角色

参考思路：

项目介绍+项目成果+自己负责部分及成果+遇到的难点及如何突破的+收获

例子：一个校园跳蚤市场 app

➤ 项目介绍：针对于大学生的跳蚤市场，大学生可以在上面售卖商品

➤ 项目成果：xx 月，目前总用户量 xxx

➤ 负责部分：1、访谈了 xxx 位同学，确定 1.0 版本功能

2、和设计师、技术合作，完成 app 开发。

3、制定推广计划。Xx 天带来了 xxx 量。

➤ 遇到的难点：难点+解决方案+成果

➤ 收获：团队与个人；做产品的感悟等，都可以说说

4、最常用的 10 个产品，选一个分析

例举时，千万千万千万不要卡壳 !!! 重要的事情说三遍

选一个分析时，不要选热门都用的，最好最好最好选一个小众点的

当然，**这时候最好是可以拿出几份自己写的产品体验报告给面试官看看**

产品定位、目标用户、解决了用户什么样的需求、交互设计上的优缺点、有什么改进点等方面进行回答。

可以看看这几篇文章的思路：

➤ Uber 产品体验报告

<http://www.woshipm.com/pd/182688.html/comment-page-1>

➤ 百词斩产品体验报告

<http://www.woshipm.com/evaluating/234375.html/comment-page-1>

➤ 小清新的面包旅行 App 产品体验报告

http://www.woshipm.com/pd/188469.html?utm_source=tuicool

5、百度知道和知乎的区别在哪里

这类是同类产品的分析，考察确定维度，在各个维度上进行比较分析。**这时候最好是可以拿出**

出几份自己写的竞品分析报告给面试官看看

参考思路：来源《产品经理面试攻略》一书

分析思路从用户体验五要素去思考。

- (1) 战略层：产品开发者、用户分别想从产品中获得什么
- (2) 范围层：产品需要具备怎样的功能，优先级如何
- (3) 结构层：用户操作产品的路径是怎样的，信息的呈现逻辑
- (4) 框架层：按钮、表格、照片和文本区域的位置
- (5) 表现层：用户可直接感知的产品呈现效果（视觉设计）

(1) 战略层差异

1) 用户定位不同

百度知道的用户群体更加大众化，知乎的用户群体则偏向于精英阶层

2) 战略驱动方式不同

百度知道的战略驱动来自和百度搜索共建信息闭环，该产品在初期具有稳定的引流方式—

百度搜索结果，同时，能够形成用户贡献内容回馈搜索结果，逐步形成 UGC 建设。知乎则在发现用户有“贡献高质量知识和发现高质量内容”需求后，充分借鉴国外成型的产品案例 Quora 来规划和设计自己的产品。类似的情况还发生在 Groupon 与美团、secret 和无秘等产品间，相对而言属于创新型的产品

3) 内容控制强度不同

百度知道相对控制较松，各种用户均可以参与问答。是典型的积分激励机制，常见于论坛型网站。知乎则在初期采用了邀请制控制，以保证产品定位符合“高质量”

(2) 结构层差异

1) 用户使用方式不同

百度知道的用户很大一批来自搜索导流。知乎则通过优质的时间线呈现内容，是的用户更适合进入浏览。

2) 用户进入一个问题后获得的答案呈现方式差异

百度知道呈现“提问者采纳”答案，相对唯一，这种产品形态适用于相对私人化、唯一化的问题，并不适合答案多样化及性质讨论的问题。知乎则更多呈现的是多样化答案，答案排序综合采用了赞同、反对、感谢、没有帮助等一系列方式，这种产品形态更适合热烈的讨论和发散的观点交流。

(3) 表现层

百度知道采用绿色色调，偏活泼。知乎采用蓝色色调，偏冷静理性。

6、全世界共有多少名钢琴调音师？（Google 面试题）

这类题着重考验分析思路，结果无所谓。着重思考预估数量，需要了解些什么信息。将这些

信息告诉面试官，阐述好自己的思路即可。

来看看答案：

我们的回答是“要看市场情况。如果钢琴需要每周调音一次，每次调音需要 1 个小时，且每个调音师每周工作 40 个小时。我们认为每 40 台钢琴就需要一名调音师。”

这个问题又被称为“费米问题” (Fermi problem)。费米提出的问题是“在芝加哥有多少钢琴调音师”。一个典型的答案是包括一系列估算数据的乘法。如果估计正确，就能得到正确答案。比如我们采用如下假设：

芝加哥约有 500 万人居住；

平均每个家庭有 2 人；

大约有 1/20 的家庭有定期调音的钢琴；

平均每台钢琴每年调音一次；

每个调音师调整一台钢琴需要 2 小时；

每个调音师每天工作 8 小时、每周 5 天、每年 50 周。

通过这些假设我们可以计算出每年在芝加哥需要调音的钢琴数量是：

$(\text{芝加哥的 } 500 \text{ 万人口}) / (2 \text{ 人/家}) \times (1 \text{ 架钢琴} / 20 \text{ 家}) \times (1 \text{ 架钢琴调整} / 1 \text{ 年}) = 125000$

平均每个调音师每年能调整的钢琴数量是：

$(50 \text{ 周/年}) \times (5 \text{ 天/周}) \times (8 \text{ 小时/天}) / (1 \text{ 架钢琴} / 2 \text{ 小时}) = 1000$

芝加哥的调音师数量是：

$(\text{芝加哥需要调音的钢琴数量 } 125,000) / (\text{每个调音师每年能调整的钢琴数量 } 1000) = 125$



扫描关注“起点学院”，获得更多产品学习资料