# 《幕后产品》实验4

整本书架构脉络很清晰，从一些基本功和方法开始介绍，到思维层面的拓展，和纵向层面的架构能力拓展，以及横向的运营和营销能力拓展……整体来和大家分享产品经理的能力提升，由浅到深的内容叙述和深入浅出的语言表达，作为一个非专业人士，收获很多。

对于产品经理这个职位来说，刚体验职场的我总会多一层滤镜。像序里面说的一样：“产品经理是一个综合性职业，所需能力范围涵盖美学、心理学、经济学、市场营销、管理学等诸多方面，对人的认知模式、学习能力、思考能力和密度都有极高的要求。”

顶尖的产品经理肯定是有天赋的，但与后天的训练也绝对分不开。并不存在什么优秀是「毫不费力」的。而诗沐在这本书里，没有对后辈指点的趾高气昂，也没有市面上差点把成功学写在书腰上的焦虑。就像你约了前辈一个下午茶，听他语气平和地聊当年是怎么从0开始做一个产品的，观察他的思考方式是怎么样的，顺便记下他安利的一些杂七杂八的书。

正如他在书中所写：“产品经理应该沉下心、耐得住寂寞地练好基本功，而不是在很多产品经理社群中评头论足。”

以下就是我记录的一些对我有启发的点～

## 一、诗沐面试产品经理时问什么问题？

“当时你负责的项目有这么多问题你都知道吗？有没有做过努力去改变？”

这个问题主要考察创业心态。产品经理经常遇到和团队、上司、老板意见不合的情况，这个时候没有创业心态，就会想着反正自己是来打工的，破罐子破摔了。如果有创业心态，就会更仔细思考自己与他人的想法差异，找到背后分歧的真正原因，决策出对用户和产品最好的方案。

很多刚从象牙塔出来的学生都怀揣着「我要改变世界」的想法来做了产品（毕竟有句话坑了很多人的话叫「产品经理是最接近 CEO 的一个岗位」）。不过工作了两三年后的 pm，80% 都在日夜操劳的 996 福报中消磨了热情，抱着打工心态去「执行」份内的工作。

剩下 20% 的 pm，靠的要么是与生俱来的天赋（不得不承认有的人就是天生做 pm 的），要么就是有着极强的自驱力。

“你的手机上都有什么 app？最近三个月遇到什么好玩的产品？”

这个问题考察求知心态。产品经理应该去看工具书，而不是什么产品的书籍。网上有个段子说「高考时是人生知识储量的巅峰」，产品届也有个玩笑是说「校招那个把月是职业生涯中信息密度最高的时期」。pm 很容易做一个产品，自己就囿于某个产品、某个特定的领域去了。相当于给自己划了个圈，从此就在这个小圈子里兜兜转转 — 这其实也没什么错。但你需要在自己的领域去挖深度，同时也需要去主动拓宽广度。我自己这块做得也不太好。

## 二、产品经理需要什么能力？

1、编程能力

对于逻辑能力是非常强的提升，同时有助于自己了解产品的实现细节，对于自己的需求更有把握。

2、审美能力

诗沐提出了这个问题：“提高审美后，就要做所为「高大上」的产品设计吗？”

很显然不是，提升审美能力是为了让我们在美的理解上提高自己的上限，拓宽自己的认知幅度。见得足够多，才能有针对性地根据具体的人群选择具体的设计。 审美能力对产品的影响 • 视觉/体验层 • 用户行为/产品层 • 价值观/世界观层

3、联想能力

网易云的播放界面是一个转动的黑椒，是和设计师看到一张黑胶唱片的照片时联想到的

联想其实是敏锐度的一个考察 --- 你把你听过的东西变成视觉，把你触摸的东西变成听觉。用一个很玄的词概括，这个需要「灵气」。

4、洞察能力

从身边的小事着眼，发现围绕在自己周围发生的改变，这些细碎的确切的事情往往才蕴含着时代的印记。

## 三、产品经理需要什么思维方式

作者提出了四个思维方式：往重点思考、往本质思考、往上层思考、往不同思考。

往重点思考：是为了解决应对错综复杂的情形的时候，能有清晰的思绪来解决问题，因为很多人有解决单一事情的能力，但是复杂的时候就会失去头绪。

往本质思考：说到本质，我脑子里永远都会想到教父的“在一秒钟内看到本质的人和花半辈子也看不清一件事本质的人，自然是不一样的命运。”这句话，现在很多人总爱总结一些现象就归为本质，或者市面上很多书总是“xxx看透本质”，但是真正能做到的人并不多（我个人认为没多少人）但是普通人还是可以不断学习和提升，作者给的方法可以给普通人学习参考（对我自己说的）：跳出思维惯性、一层一层往下多提问题、日常实践并与人交流。

往上层思考：又是一个很难得阶段，要想的大，有格局和眼界，这个需要很深厚的积累，而且很多人哪怕经历了很多事情，但是也不一定就能转化成新的力量。作者的办法对于工作中的我还是有参考“多和高层级的人聊聊”，美团的价值观之一也是“learn from best”。

往往不同思考：人都有思维惯性，很难跳出自己原有的思维框架去思考到不同方向，尤其是如何打破主观意识真正客观看待问题，就需要修炼，这里我个人觉得需要基本的素质做支撑：包容、理解、独立、创新。因为包容，才能接受更多不同的声音和视角，也避免更多自以为是的自我理解；而理解，需要听到不同的声音怎么能理解到其中传达的真正意思和想法；独立则能够有自己的基准和底线，尽管包容不同的声音，但是不能如墙头草一般，听啥就是啥，真实存在矛盾但是需要自己平衡；创新就是融入了这么多信息能够有新的idea 或者视角去看待和解决问题。

以上就是我对于《幕后产品》这本书中观点的理解。