激情！激情！自信！

1. 说出你印象最深刻的项目？实习项目

2. 你觉得产品经理需要具备什么样的素质和能力？逻辑能力，同理心，沟通能力。对行业市场发展趋势有敏锐的洞察力

需求分析、细节设计举个例子：在做男生节时，工科生男同学就是我的用户，拍摄视频就类似请广告代言人，请到我们的老师大咖，让用户感到被重视。为符合用户工科生的特征，他们喜欢打游戏因为游戏有逻辑且有趣味，我们设计了一款大富翁游戏，同时男生节又是个团建的好机会，游戏中加入了与集体相关的问答题，有温暖的感觉，做有温度的产品。

3. 你觉得怎样的产品才是一个成功的产品？成功的产品有什么标准？

对用户：实实在在地解决了某种需求

对企业：盈利，能保证企业员工获得与付出相匹配的回报、企业文化

4. 你觉得产品设计和产品运营有什么区别和联系？

产品设计体现是一款产品的硬实力，运营能体现软实力。产品设计的对象是产品的功能与交互，产品经理对需求的感知要领先用户，通过产品功能的设计满足用户需求。运营所面对的对象是客户群体是人，运营可以一定程度上引导用户行为，激发社区活力将产品的功能最大化，从日常数据中获得一些用户需求的信息，满足用户对内容和信息的需求。

终极目标都是对服务用户，区别是方法和角度不同。

5. 你觉得90后身上具备什么素质？ 抗压，对新鲜事物接受程度，思想包容程度

或许是由于在相对更年轻的时候，接触了科技对信息传播和社交方式的改变，90后相比于70 80后对真实的世界有更多好奇心和热情。当然也是因为90后现在正处于一个爱玩爱折腾的年龄段。这种好奇心和热情使得90后对新鲜事物接受程度高，尝试新事物的积极性高，对不同观点不同思想的包容度也更高。

当然90后也正是即将或刚刚进入职场，愿意努力付出、能抗住职场上各种压力也是90后的优秀品质。当然如果具体落到每个人肯定是因人而异，贴标签要适度。这里插一句其实吃苦耐劳算是全体中国人的优秀品质，只不过90后在当下的年龄段有更多表现的舞台。

6. 在实习过程中（或者项目经历）最优成就感的一件事是什么？遭遇的最大挫折是什么？如何看待这次挫折？怎么解决的？

最有成就感：在报告里有自己发挥的一些内容，昨天你想的，受科技文献的启发，除了客户自家的不同时段数据的纵向对比，增加了跟其他竞品数据的横向对比。

挫折：你先想给我启发

7. 你在实习中学到最有价值的东西是什么？

8. 你在实习中最累最辛苦的一次情况是什么？当时怎样撑过去的？

任务多压力大，我有自己的耐压方法，最早是从知乎上学来的，一个长时间段的工作过后不能休息还需要继续工作，我去健身房跑步、然后热水澡、再加一大杯咖啡，ok可以续一个时段

9. 如果在产品设计过程中遇到和上级或者同事出现分歧？你会怎么解决？

讨论沟通 最后求同存异 没啥好发挥的

10. 平时都会使用一些应用和网站？觉得有哪些点设计的比较好？

11. 最近一年最想做的产品是什么，为什么想做，打算怎么做？

12. 你每周至少浏览一次的网站有哪些？

**如果从职业技能提升的角度谈网站**，那我认为其实没有目的的浏览跟刷微博没什么不同。关键是要根据不同的需求去不同的网站。

比如，工作中遇到难题，寻求解决方案时：参考竞品是如何处理的、在知乎等专业的问答社区查看大牛的回答、以及一些专门汇集PM资源的网站 像pmcaff

研究行业趋势时：应该从公司的战略定位出发，研究竞争对手的走向、查阅类似于艾瑞咨询行业研究报告、分析国家的政策导向等。

但我认为如果是要学习一些产品工具和方法论，实际上看书是最成体系的最有效率的

如果从个人日常喜好的角度谈，因为我学过绘画喜欢摄影，所以比较喜欢浏览的网站是Instagram（不用APP因为手机不能翻墙）

13. 最近半年有没有遇到特别感兴趣的新产品？

14. 最近一个月你关注的IT行业动态有哪些？google

15. 如何看待微信的成功？（针对单独的产品）——1、很大一部分原因是因为他在初期就找到了爆点；2、不要做太大的动作把好不容易建立的用户习惯破坏掉；3、强化了微信好友关系，过滤了弱关系；微信这种模式，尽最大可能做到了封闭。普通用户原创性。4、微信几乎所有的接口都是对外开放的，比如微信公众平台。5、微信红包

16. 描述一款你最近常用的app，分析他的核心功能，满足的需求，超预期的功能以及竞争优势和发展趋势（20分）网易云音乐，搜歌听歌，社群互动。快速搜索到想听音乐，写评论满足互动需求，歌单满足相同音乐爱好者社群聚集。运动FM。趋势：短视频方向

17. 你最近读了哪本书？有什么感想？《娱乐至死》

18. 问该如何拉动非专职司机加入平台，那么我希望听到的回答会分为几个步骤：

\* 定义非专职司机：

\* 非专职司机的用户群体定位

\* 加入平台的诉求（需求）以及场景

\* 平台可以如何解决这些诉求（需求）

19. 滴滴出行的新用户转化率比较低，就是新的用户在呼叫车辆后，到最后完成订单的比率相比于老用户而言较低？

定义新用户：下载注册了滴滴，第一次进行呼叫车辆的操作

新用户来源：1.收到红包或优惠、2.见到别人用过、3.因为打车需求下载同类app4.偶然好奇

没有成功转化的原因：

用户1、2可能是因为操作不熟悉，使用不当，对应策略是：

简化呼叫车辆设计，交互要简洁流畅，定位的灵敏度准确度、呼叫后的等待时长甚至字体大小都可能影响。增加叫车后司机端与乘客端的沟通，在初期烧钱拉新的阶段大量此类用户进入，此阶段应采取这两个策略