**粗谈产品经理面试**

产品经理是一个以软实力为主的岗位，不需要你设计，不需要你写代码，需要你干什么， 心里必须有数。把这个说在前面，是要提醒你，产品经理虽然不一定需要你上硬货，但你千 万别把面试当做一个扯蛋的过程，虽然“你觉得什么样的产品是好产品？”这样的问题看起 来是面试官在和你扯蛋，但是这其实是一个非常专业的问题。首先一定要把产品经理当成一 门专业来看待，要把面试当做一个规范的行为来看待，万不可随意瞎扯。

压力测试是给外行的人做的，对于专业的人来说，讨论专业的事，任何问题都不要归结 于压力测试的思路去。以逻辑和说服力征服对方，产品工作就是一个先自己想明白，再不断 说服所有人的过程。

产品经理面试经常犯一个错误，就是认为问题没有标准答案，诚然，产品工作的确没有全对全错，但是面试是一场考试，是考试必定有高下，有高下就必定有标准接近那个标 准的，就是正确答案，远离那个标准的，就是错误答案。面试的过程，就是让自己的回答无 限接近标准答案的过程。 有一个问题经常遇到，“\*Q:你觉得什么样的产品是一个成功的产品？”或者是“成功 的产品有什么标准？\* ”。你可以这样答：好玩的产品就是成功的、用户人数多的就是成功

的、能为公司赚钱的就是成功的、UI 做得漂亮就是成功的。当然从扯蛋的角度看，这样的 回答本没有问题，但是如果是产品经理面试，这样的回答要打零分。为什么呢？不要忘记你 的身份，是要来面试产品经理，好玩的产品一定成功吗？成功，但这是从用户的角度看问题， 用户人数多就成功吗？这仿佛是一个聪明的答案，但其实是很容易被问死的，多少用户算 多？用户人数多就一定很成功吗？能为公司赚钱的就是成功，逆推回去没为公司赚钱的就不 是好产品吗？许多产品人气很旺但是并不要赚钱，只是用来市场卡位的，这样不算好产品 吗？这是运营的思路，不是产品经理的思路。最后一个答案，长得好看的产品，那美工的思路，也不是产品经理的思路，甚至是易学易用，也只是交互设计师的思路，同样不是产品 经理的思路。这些答案我也曾一二三的列出来，自以为得计，但其实都只证明了自己的无知， 对产品工作缺乏思考而已。 那什么才是产品经理的思路？对于上面的问题，目前为止我得到的最好的答案，是简单 的三条，这三条或许并不是标准答案，但折射出来的道理，可以供每一个想进入产品行列的

同仁借鉴：

1.一个好的产品，首先要解决用户的需求；

2.一个好的产品，其次是要有黏性；

3.一个好的产品，要拥有不错的体验。

什么产品才是一个好的产品，满足以上三条，就是好的产品。这才是产品经理的思维—

—透过现象看本质，深度解读一个问题，提炼出问题的规律，并用这个规律来指导产品开发设计的行为。产品经理是用脑工作，不是用手。产品经理的三个关键词：需求、黏性、体验，

这三个是产品工作中每天都要挂在嘴边，刻在脑海的。

首先说第一条，需求，这是一个产品之所以被称为产品的前提，产品的本质就是用来解 决需求的，黏性和体验是之后的事，如果我给你一个空调，八星八钻，黄金面板，极富情怀， 最先进的 XX 工艺，按下按钮就播放你喜欢的音乐，但是我告诉你，它是没有制冷和制热功 能的，你觉得它是一个成功的 产品么？所以说，一个好的产品，或者是说成功的产品，一

定要首先解决用户的某种需求，或者是更好的解决了别的产品已经解决了的需求，这就是好 产品的第一条标准。看起来像废话，但是这就是抽象出来的规律，也是无可辩驳的事实。 第二条，黏性，这是一个成功产品的另一个典型特点。一个成功的产品，一定是不断被 用户想起的产品，一旦用户产生了某种需求，就能想起你，这就是一个好的产品。有黏性的 产品一定是很好的解决了某种需求，而且做到了竞品没有的高度。用户用了一次就不再使用， 说明你的产品并不好，或者说干脆就是定位有了问题。QQ 的黏性为什么那么强？为什么中

国人喜欢用百度，为什么许多产品看似概念不错，体验也没什么硬伤，却如同昙花一现？就 是在培养用户黏性上面没有做好。所以解决了用户某种需求的产品，并不一定就是好产品， 还需要被用户不停的想起，从这个角度说，一个漂亮性感、能解决你生理需求的女人和一个 能和你相濡以沫让你感受到被爱的女人，谁优谁劣，高下立判。

第三条，优秀的用户体验，这也是一个成功产品的典型特点。我曾以为这是产品经理的 全部，后来我才明白，其实所谓优秀的用户体验是交互设计师要考虑的问题，而交互设计只 是产品经理工作的小小一环。优秀的用户体验可以为产品加分，但是绝对不是最重要的，想 当年互联网草创时期，产品体验一塌糊涂，但是用户依然趋之若鹜，因为你的产品解决了用

户的需求，犹如一把普通的锄头，可能既不好看又不省力，但却当之无愧是一个好产品，因 为它解决了农民种地的需求，只要农民种地就会重复使用。当然，如果你做了一把漂亮锄头 的确是更不错，但是那其实不是最本质的问题。

这三条规律，是一个产品作为一个好产品的根本特点，是三条放之四海而皆准的规律，

而不是主观的某种看法或停留在表层的认知，这就是产品经理应有的能力——从复杂的现象

中抽象出普世规律，然后利用这个规律指导产品的方向。

这样一个简单的问题，折射出的是产品思维、产品工作经验、归纳总结的能力，这绝对

不是一个扯蛋的问题，而是一个高明的面试题，你回答不出来，或者是如扯蛋般给一个自己

主观的感受，是不会被面试官认可的，这样面试官才会打破砂锅问到底：那新浪微博是一个

好产品么？支付宝是一个好产品吗？XXX 是一个好产品吗？面试官要的，不过是你评判好产

品的标准罢了，不是真问你它们是不是好产品，而是考察你，知不知道什么是好的产品，试

图让你总结好产品的几个特点罢了！

回到我们的面试，在整个产品经理的面试中，你需要坚持的一条原则，我总结为四个字

——“产品思维”。与之相应的，有几个误区，分别是“用户思维”、“运营思维”、“老

板思维”、“程序员思维”、“美工思维”、“战略家思维”，这些思维产品经理都必须要有，但是在面试时，这些思维都是一种干扰，起着极大的误导作用。还是上面的问题，如果

用这几种思维去回答“什么样的产品才是好产品？”这个问题，分别是这样的：



用户思维：好玩的、易学易用的产品就是好产品



运营思维：用户能自然增长的产品就是好产品



程序员思维：质量高、操作流畅、逻辑清晰的产品就是好产品



美工思维：时尚美丽、用色规范、界面精致的产品就是好产品



战略家思维：市场定位精准，为公司整体战略做出重大贡献的产品



老板思维：能说服投资人、能赚钱的产品就是好产品

大家想想，自己曾如何回答这个问题的？你是以什么立场来回答这个产品经理面试中一

定会遇到的问题的？现在回想一下你面试的答案是不是真的符合一个产品经理的自我修

养？这些回答都没错，而且是很对，但是你从哪个角度看，这个很重要，面试官不在乎你的

答案是什么，在乎的是你的立场是什么，换句话说，你有没有“产品思维