# 产品经理的年终总结

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-08-17

*产品经理的年终总结 　　总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以使我们更有效率，因此好好准备一份总结吧。你所见过的总结应该是什么样的？下面是小编精心整理的产品经理的年终总结，仅供参考，希望能够帮助到...*

产品经理的年终总结

　　总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以使我们更有效率，因此好好准备一份总结吧。你所见过的总结应该是什么样的？下面是小编精心整理的产品经理的年终总结，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**产品经理的年终总结1**

　　从方法论的角度思考，人类群落也处于演进过程中。早期人类是村落人群模式，村落中的每个人认识每个人，人际关系以非常实际的亲戚关系和职业关系为纽带。现代人类是社会化人群模式，人群数目极大增长，人际关系依托于抽象的社会生产关系：契约、合同、雇佣关系。产品经理曾经是村落里的铁匠，他认识每个村民，每个村民也认识他。而在今天，产品经理完全退居幕后，他不可能认识每一个用户，用户甚至不知道这个人的存在。

　　因此，产品经理在方法论上存在着各种选择：他可以提供某种基于熟人群落的旧式服务，以增进熟人群落的情感为产品目的；他也可以提供某种基于大数人群的新式基础服务，以便于人们彼此认识，协调工作，从自利为基础的无序活动中自组织处有序活动；或者，他也可以提供某种中间类型的产品，帮助人们平滑度过两种人群模式，减少由于变化而产生的阵痛。但是，产品经理的主流应该是服务于未来。先于人众接触新技术新知识，并把这种认知转化为产品，利用产品提供现代人类社会中的各种人群。尽一切可能，降低学习成本，利用人类的本能设计产品，使得人群得以顺利滑入新的产品使用场景。

　　在所有这一切之上，产品经理的目标应该是实现社会美和善和总量。

　　移动互联网产品经理的素养

　　1、敏锐感知潮流变化。移动互联网产品会从相对匮乏时代进入相对富足时代，用户可以选择的产品会随时日流逝而日渐增加，产品终将成为一种时尚业。产品经理若是沉溺于各种新鲜玩意儿之中，追逐新奇，很可能错过真实的时代潮流，无法把握人群的真实需求。

　　2、放弃理性思维。移动互联网的最大特点是变化极快，传统的分析用户，调研市场，制定产品三年规划，在新的时代里已经落伍。人类群落本身也在迁移演变，产品经理更应该依靠直觉和感性，而非图表和分析，把握用户需求。产品经理永远都应该是文艺青年，而非理性青年。

　　3、海量的实践。尽管移动互联网方兴未艾，没有任何人可以自称是领域内的专家。但是，这不意味着存在天降天才的可能。《异类》中提出的一万小时定律，同样适用于产品经理。他们需要超过千次的产品实践，才能称得上是了解产品设计，拥有解决问题的能力。

　　4、博而不专的积累。美术、音乐、阅读、摄影、旅游等等文艺行为貌似不能直接转化为生产力，但是合格的产品经理需要广博的知识储备，以此才能了解和认识大数量的.人群，理解时代的审美，让自己的所思所感符合普通用户的思维范式。以此为基础，设计的产品才不会脱离人群。

**产品经理的年终总结2**

>　　一、销售业绩回顾及分析：

　　（一）业绩回顾：

　　1、开拓了新合作客户近三十个（具体数据见相关部门统计）。

　　2、x~x月份销售回款超过了之前x~x月的同期回款业绩。（具体数据见相关部门统计）

　　3、市场遗留问题基本解决。市场肌体已逐渐恢复健康，有了进一步拓展和提升的基矗

　　（二）业绩分析：

　　1、促成业绩的正面因素：

　　①调整营销思路，对市场费用进行承包，降低新客户的合作资金门槛。虽然曾一度被人背后讥笑，但“有效就是硬道理”！我公司的思路是促成业绩的重要因素之一。

　　②加强了销售人员工作的过程管理，工作实效有所提升。

　　③用提高提成比例和开发新客户给予额外奖励的“经济激励”手法，形成了“重奖之下必有勇夫”的积极心态，也是促成业绩的重要因素之一。

　　④对于市场遗留问题的解决，依据“轻重缓急”程序，采用“坚持公司利益原则，以有效依据处理”的指导思路，从而使问题的解决未成触份公司的利益。

　　2、存在的负面因素：

　　①销售人员对公司的指示精神理解不够，客户定位不够稳定，没有严格按照终端思路开拓客户，部分客户选择方面存在一定失误！

　　②销售人员的心态以及公司存在薪资制度，均存在“急功近利”状况。销售人员更多的只想有钱回到公司帐上，却没有更多的考虑客户是否适合公司的合作定位以及长久发展。

　　③客户选择公司产品时更多考虑的是折扣低价，所以很多未将铺底铺入终端卖场，甚至根本无终端意识，直接将公司的终端品牌变成毫无优势的流通产品。

　　④大多数代理商的“等”“靠”“要”观念存在，但公司的产品价格降到底价，已无更多利润支持市常。

　　⑤公司的品牌定位终端，但包装缺乏视觉优势，宣传促销赠品不够新颖丰富，对产品的宣传、销售的拉动力不大。

　　⑥暂时缺乏品牌入市的拉动策略，不能促成品牌的热销。

　　⑦销售人员不能切实推行公司指导思路，至今未建立起典范式的品牌样板市常。

　　⑧销售人员缺乏统一的营销培训，观念、思路、方法和工作执行力无统一和协调，往往擅长市场开拓而不擅长市场维护和提升。

>　　二、费用投入的回顾和分析：

　　（一）费用回顾：

　　1、营销政策调整后，市场费用得以控制，公司的盈利能力稳定，8~12月相比3~8月同期利润额增加。（具体数据见相关部门的统计）

　　2、人员费用的固定风险降低，基本扼制了人力资源的亏损，8~12月相比3~8月周期人力成本降低，剩余价值提升。（具体数据见相关部门的统计）

　　（二）费用分析：

　　1、正面因素：

　　①公司提出市场费用承包政策之后，最大限度防止了费用陷阱，费用超支现象得以控制。

　　②公司调整并制定了销售人员新的待遇方案，公司的固定风险降低了，人员的竞争意识和挑战性加强。

　　2、负面因素：

　　①营销部没有数据统计的支持，对费用的控制较为盲目。

　　②市场支持费用和人员费用报销等，营销部存在“知情难，无审批”的歧形现象，管理无法加强。

　　③个别人员管理观念陈旧、保守，不能主动遵从层级化管理，因此整个管理缺乏科学的流程。

　　④老板“一笔签”的现象依然存在。

**产品经理的年终总结3**

　　本人于20xx年xx月份进入xx移动公司工作。在移动公司的一年时间里，本人担任产品经理一职。一年以来，在xx移动公司领导及同事的关心、支持下，本人尽责做好本职工作，现将一年以来的具体工作职责总结如下：

>　　一、产品支撑工作

　　在进行产品支撑工作的过程中，认真学习移动公司的各种产品，特别是我们的集团产品，熟悉产品的具体操作，并在此基础上，在客户经理挖掘到客户需求后，根据客户的具体需求合理组合产品，设计出真正满足客户需求的产品。同时经过几次移动公司组织的产品经理素质提升培训，慢慢培养起自身的产品推介能力、客户沟通能力；在平时本人也十分注重关注通讯产品方面的最新资讯，学习其中的一些成功案例，并且经常思考这些案例能否真正运用到客户处，对有此需求的潜在客户及时挖掘出此需求，制定具体方案，并陪同客户经理前往客户处进行产品推介，及时做好产品支撑工作，提高客户的满意度。

　　在与客户达成一致意见、签定协议后，对方案的实施过程进行全面跟踪：如某客户处需要安装互联网专线，从派全业务建设需求单开始，先转交我司技术支撑人员，待其做完资源勘探后发回于我，本人再提交给支撑中心，若终端配置以及布线超出的情况下，还需填写配置申请单于集团大客户部主观及经理签字后传给支撑中心，心得体会最后支撑中心派施工单到我司网络部，安排施工，施工开始后，经常与施工队以及客户联系，以便解决施工过程中的问题，确保按时完工，让客户及时使用，在客户开始使用后，适时进行上门或者电话拜访，了解客户使用情况以及存在的问题，将问题及时反馈给市公司，真正做好产品支撑工作，提高客户满意度。

　　过去的一年是中国移动进行全业务激烈竞争的一年，在这一年的时间里，手上经手完成约50条互联网专线、语音专线，并且完成xx地税一卡通项目，不段学习新知识，充实自己，真正地做好了产品支撑工作。

>　　二、指标跟踪工作

　　在进行指标跟踪工作的过程中，本着认真、细心、严谨这六个字做好此项工作，经常与各县市的经营分析人员进行交流，遇到不明白的向他们请教，学习经验，并在借鉴他人经验的基础上，摸索出一套适合自己以及团队的指标跟踪及完成方式。

　　我司的指标主要分为年考核指标、季度考核指标以及月考核指标，针对不同指标时间上的差异性，合理安排时间，根据年考核指标来统揽全局，指导其他两个指标，并与季度考核指标以及月考核指标共同进行，将年考核指标融合到季度考核指标和月考核指标之中；使季度考核指标和月考核指标服务于年考核指标，在完成季度考核指标及月考核指标的时候，同时完成年考核指标。但是，指标有轻重缓急之分，不可能说做到完美，在这时候，舍去一些可以在后期完成的指标，重点完成目前紧急的指标。

　　具体来说，将需要完成的指标整在一个表格内，认真学习指标的具体口径，并将指标如何完成进行分解，落实到每个具体责任人，对其进行跟踪，定期提取数据，将数据缺口告知相关责任人，让其知道自身指标完成进度，积极与其和主管商谈，寻找完成方式方法，以确保各项指标准时完成。

>　　三、培训工作

　　在对客户经理进行培训工作时，自身熟练掌握产品，学习产品的操作方式，提前准备好培训的各种材料，并且根据客户经理的薄弱产品进行重点推介，在培训的过程中与同事们一起学习成长，所谓“书山有路勤为径，学海无涯苦做舟”只有通过不断的学习，才能在科学技术日新月异的今天，在通讯行业全业务激烈竞争的严峻形势下，取得更好的成绩。

>　　四、其它工作

　　在做好以上具体工作的基础上，认真地完成好公司主管、领导交代的其他临时性工作，不计酬劳，任劳任怨、加班加点，按时保质完成工作。

>　　五、问题以及缺点总结

　　回顾一年来的工作，反省自身存在的问题及缺点，我认为主要由于进xx移动的时间尚短，技术方面的专业知识不够全面，对公司的一些操作流程也不熟悉，在工作中也走了一些弯路。但是，“实践出真知”，本人在工作中不断发现自己的错误，个人简历也及时改进了自己的错误。在今后的工作中，我会努力提高自身的修养，充分发挥自己的特长，克服不足之处，努力做出新的成绩。

　　我们营销部的工作带来的帮助。加油吧！

**产品经理的年终总结4**

　　20xx年的工作即将告一段落。回顾这一年来的工作，我在公司领导及各位同事的关心、指导和帮助下，严格要求自己，认真落实领导交给的各项任务工作总结。

　　在担任公司产品经理的过去一年中，我带领本部门人员在公司领导下开展工作：

>　　一、进行系统详细的业务分析

　　1、充分的调研产品的5w2h，尤其是要找到产品形态，产品内涵以及外延，产品的理论基础。

　　2、确立产品所处的行业环境以及在竞争中处的战略位置；制定产品延伸策略，包括后续产品和服务的延伸范围和设想。

　　3、找出系统风险和防范措施，如何利用系统方法化解市场风险，如何利用社会化的方法完成看似不可能的任务。

>　　二、业务分析完成以后，进行详细的项目分析和实施

　　1、协助项目经理完成产品立项，包括任务分解、资源矩阵、人员招募和培训。

　　2、商议确定产品的具体需求，落实到每一个可获得的用例。

　　3、召集设计师和工程师、尤其是架构师充分参与产品开发设。

>　　三、在面对技术与测试发出的疑问、意见时，产品经理的做法应是：

　　1、对持有疑问的设计内容找到对方的逻辑观点。

　　2、以对方的逻辑进行设计可以改变什么？节约开发实现成本还是提高用户体验？

　　3、回想自己最初这样设计的初心，进行对比，是否需要改变什么？

　　以上是一个合格的产品经理需要能做到的事情，其实这对产品经理的个人素质要求很高，首先要经得起pk，其次是拉的下脸承认自己的设计确实有欠缺，最后是还要扛得住在开发过程中更改需求所带来的指责。

**产品经理的年终总结5**

　　年初，xx置业公司经营管理模式调整，财务工作并入财务部；客旅分公司人员分流，财务工作又并入财务部；新公司像雨后的春笋一样不断地涌现，会计核算、财务管理工作纳入财务部。20xx年x月份集团公司推出财务合同管理月，财务部被推向了阵地最前沿；xx年x月份集团公司实际预算管理，财务部是冲锋陷阵的先锋队。公司内部，要求管理水平的不断地提升，外部，税务机关对房地产企业的重点检查、税收政策调整、国家金融政策的宏观调控。

　　职能发展

　　过去的一年，财务部在职能管理上向前迈出了一大步。

　　1、建立了成本费用明细分类目录，使成本费用核算、预算合同管理，有了统一归口的依据。

　　2、对会计报表进行梳理、格式作相应的调整，制订了会计报表管理办法。使会计报表更趋于管理的需要。

　　3、修改完善了会计结算单，推出了会计凭证管理办法，为加强内部管理做好前期工作。

　　4、设置了资金预算管理表式及办法，为公司进一步规范目标化管理、提高经营绩效、统筹及高效地运用资金，铺下了良好的基矗财务合同管理月总结公司推出“财务、合同管理月活动”，说明公司领导对财务、合同管理工作的重视，同时也说明目前财务管理工作还达不到公司领导的要求。

　　为了使财务人员能充分地认识“财务、合同管理月活动”的重要性，财务总监姚总亲自给财务部员工作动员，会上针对财务人员安于现状、缺乏竞争意识和危机感，看问题、做事情缺少前瞻性，进行了一一剖析，同时提出财务部不是核算部，仅仅做好核算是不够的，管理上不去，核算的再细也没用，核算是基础，管理是目的，所以，做好基础工作的同时要提高管理意识，要求财务人员在思想上要高度重视财务管理。如对每一笔经济业务的核算，在考虑核算要求的同时，还要考虑该项业务对公司的现在和将来在管理上和税收政策上的影响问题，现在考虑不充分，以后出现纰漏就难以弥补。针对“财务、合同管理月活动”进行了工作布置。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！