

面试官们，我们能不能好好面试产品经理

第一篇

几乎每个月，都会有朋友和我说，我要到某某公司去面试，一般面试官会问什么问题，其实大家的这个问题挺难回答的，毕竟这涉及的因素太多了，比方说公司是怎么认识产品经理的，如果他们认为产品经理就是一个分析需求，做做原型，写写文档的，那么，面试的问题必然脱离不了这些，还有，如果面试官自身也不是产品出身，而是由其它部门转过来的，比方说研发，那么，他问的问题自然就带有很强的经验习惯性，比方说问你一些技术方面的知识等等。

这都是实际的情况，我们必须承认，但是我们也必须承认，如果按照这样的问题来面试产品经理的话，很大程度上只是招到了“你认为是的产品经理”，而不一定是“真正意义上的产品经理”。

正好我今天看到一个资料，是国外提供的一份的关于面试产品经理最可能问到的 25 个潜在问题，大概看了一下，感觉这似乎才应该是国内企业在面试产品经理应该遵循的套路。

好，接下来，我就把这 25 个问题和大家分享一下，并对每个问题背后所要考察的求职者的逻辑和目的是什么做个简单的分析。

问题 1: Why did you want to become a product manager? (你为什么想成为一个产品经理?)

这个问题看起来简单，似乎就是问你做产品经理的动机和目的是什么，如果我们按照一般套路来回答的话，很可能会出现“喊口号”的回答，比方说，“我做产品经理是为了创造出伟大的产品”，或者“我做产品经理是想让我喜欢的产品更好”等等。

这种回答不能说不好，因为至少表现出了你的理想（或许你真是这么想的），但是问题

<http://www.chinapm.com.cn>

中国最专业的全行业产品经理学习平台

所有文章均为 UCPM 原创，可以下载、分享、传播，但请注明文章来源

关键在于面试官会怎么想，尤其是对于一个刚入这行，或者经验一般的朋友来说，这种口号式的回答难免会让面试官感觉太浮夸。

那么，如何回答比较好呢？

其实大家把握一个原则就可以，这个原则就是“以小见大，合情合理”，比方说，你可以这样说：

我记得有一次，我看见 XXXX（你可以设计一个角色）遇到了一个情况（设计一个合情合理的情况），但是却没有好的产品帮他解决，我当时就想，如果我能设计一个能解决他问题的产品帮他解决这个问题该多好啊，后来我知道，原来有一个职位叫产品经理就是做这个的，因此，我就希望我能成为一个产品经理，设计好的产品帮助像 XXXX 那样的人们解决问题，我觉得这是我想从事这个职位的最原始动机。

这种回答就好多了，不浮夸，不做作，通过一个故事性的描述把你的想法说了出来，甚至还可以煽情一些，进一步打动面试官，当然，尺度要把握好，别让对方犯恶心就行。

问题 2: Share some insights on how you would improve our product. (分享一些关于如何改进我们的产品的见解。)

这个问题国内企业好像也都会问到，其实这个问题比较简单，考察的主要就是你在面试之前，是否充分了解过公司的现有产品，以及对这些产品是否有过自己独立的判断和分析。

不过在回答这个问题的时候，千万要注意一点，就是不要说那些人云亦云的观点，面试官也不傻，如果你说的是满大街都知道的观点，那说明你至少没有真正独立的思考过公司的产品，如果你连这种工作都懒的做，会让面试官认为你怎么可能热爱你的产品呢！

还有要注意的就是，你其实也不用长篇大论的去做分析，因为你毕竟还没有进入到这家公司，很多现实的情况你是不清楚的，如果又是战略，又是规划的分析，反而会让面试官感

觉你在夸夸其谈，毕竟没有调查就没有发言权。

你只需要把自己当成是一个用户，对这个产品进行一些简单的分析，并说出大致的改进建议就可以了。

还有就是，你不用去担心说的是否对还是错，合格的面试官问这个问题，不是看对错的，而是看那你对这个产品的基础功课做的如何的。

问题 3：How would you explain product management to a stranger? (你如何向一个陌生人解释产品管理?)

这个问题就有意思了，一般我们遇到的类似问题是：你是如何理解产品管理的？

但是，大家要注意，老外在这个问题里设置了两个考察点，第一个考察点，你对产品管理是否有清晰的认知？第二个考察点，你会如何向不懂产品管理的人解释这个概念。

因此，这个问题要考察的是两个方面，一个是个人的认知，另一个是认知之后的传播。

当然，这个问题最终要考察的还是在现实工作中要遇到的情况，就是你的语言表达能力。

这个不用多介绍，很简单，就是你如何把一个专业的内容准确无误的传递给一个非专业的听众，这个工作，我们平时做的太多了。

那么，如何来回答这个问题呢？两点需要注意：

1、你必须对产品管理有清晰的认识，这是个基础活，当然了，如果你能引经据典就更好了，关于什么是产品管理，大家可以看《【经典】产品经理的知识地图-第一篇：地图的出发点-再一次认识产品管理：<http://www.chinapm.com.cn/?p=5687>》这篇文章。

2、你还得把学术化的产品管理定义转化成大白话，这其实是不太容易的，就如同你要把汽车中的“涡轮增压”技术转换成一般消费者能听明白的解释，这没点语言拆解和重构能力是很难的。

因此，在回答这个问题的时候，你最好通过举例子的形式来说明，比方说你可以这样来处理：

随手拿起你的手机（或面试房间里的任何一个产品），然后说：比方说这部智能手机，它能够打电话，发短信，下载各种应用软件，就和一部小电脑一样，但是为什么会有这样的产品呢，就是因为人们都想更方便的获取信息，处理一些生活、工作上的事情，那么，人们为什么会有这样的想法呢，这是因为他们在生活和工作中遇到了一些现实的问题，而这些问题是电脑不能解决的，因此，有些企业就想，如果能把普通的手机具备了一些电脑的功能不就解决这个问题了，于是，企业就琢磨手机中应该增加哪些功能就可以解决这个问题，于是……，因此，这样一个过程就是产品管理的过程，也就是产品管理。

（当然，我写的不够精炼，大家可以尝试着把这个回答精炼一下，控制在1分钟左右就可以）

不过大家需要注意一点的是，这类回答不需要把定义的通俗化重构面面俱到，因为你想设想，对于不专业的听众来说，他们容易接受和想接受的信息是哪些，如果你说产品管理的目的之一是保持企业持续的竞争优势，那其实对听众来说没多大意义，因为他们不关心这个，他们更喜欢听你是如何用产品管理的思路做产品的。

问题 4：Tell me how you would build a product roadmap.（告诉我你将如何建立一个产品路线图。）

这个问题其实是比较简单的，只是考察产品经理一个具体的工作思路，但关键在于你得真做过这样的工作才能回答啊，这是编不出来的，一编就露馅。

这类问题的可扩展性太强了，面试官可以问你是如何建立产品路线图的，也可以问你是如何设计产品战略的，也可以问你是如何设计定价的，也可以问你是如何做竞争格局分析的，

等等，总之，这类问题可大可小，大的可以涉及到战略、商业层面，小的可以涉及到需求、原型层面，甚至可以使用“套环”的问题，比方说问你，你是如何做产品定位的，如果了解产品定位的朋友应该知道，产品定位是一个工作，但是需要其它工作的支持，比方说竞争分析、资源评估。

总之，这类问题我也没有好的模式可供大家参考，只能看各位在现实工作中是否真正做了，再退一万步讲，就算你没做过，但是你总得知道理论上怎么做才行，先说出来，过了关再说。

问题 5: What is the best feature you have ever built and why? (你曾经构造过的最好的特征是什么，为什么?)

这个问题可能会让一些朋友一下子懵住，不是问我做的最好的产品是什么，而是具体到了产品的某个特征上，这里其实是个坑，我估计很多朋友会跳进去，如果你只是说我认为我做的 XX 产品最好，那么，毫无疑问，你进坑了，如果你说我认为我的某个产品中的某个功能最好，那么，同样是跳进了坑里。

Product、Feature、Function，产品、特征、功能，这是既有关系，又有区别的不同关注点，产品好理解，但是很多朋友却分不清 feature 和 function 是怎么回事，特征通常是指区别于竞品，且能够实现的一种优势，功能(function)可能是特征(feature)，但特征(feature)不一定是功能(function)。

关于这个，大家可以看这个系列（【系列专题】这就是 MVP 的感觉-产品管理如何应用 MVP 的逻辑）。

这里额外提一点，我看了很多国外的资料，对于产品经理的要求都是要把产品的关注点放在 feature 上，而不是 function 上。

因此,如果大家遇到这个问题,你一定要迅速的反应过来,千万不要迟疑或过多的思考,因为一旦这样,会让面试官产生怀疑,这家伙竟然连自己曾经做过的产品中的特征都不能一下子说出来,他在做产品的时候难道脑袋里是浆糊。

如果大家能顺利回答了第一个问题,那么,还有第二个问题在等着你呢,就是你得把“最好”的理由说出来。

这个又该怎么回答呢,其实也简单,就是和竞品进行对比,比方说,你可以这样说:

为什么我认为这个特征是最好的呢,因为当时和我们竞争的产品有3个,第一个产品存在XXXX问题,第二个产品存在XXXX问题,第三个产品存在XXXX问题,而我们的这个产品呢,并没有按照通常的思路去解决这个问题,而是采用了一种新的解决方案,从而在一定程度上让用户感觉到我们的这个方案更实用,更有效,并且经过6个月的数据反馈,我们发现,在具备了新特征的产品上市后,我们的用户量增加了多少多少,销售额增加了多少多少,因此,我认为,如果从产品目标的角度看,我们实现了既定的目标,市场是对产品实力最好的验证。

总之,只要大家注意,在回答这个问题的时候,不要自卖自夸就行了,一切以客观依据和数字为准回答就可以了,你说好没有用,关键是市场说好才行,这才能让面试官认为你做事是客观的,而不是主观的。

好,今天就先写到这里,看来这篇文章又得做成一个系列了,估计一共得有五篇,每篇五个问题,大家不要着急啊。

第二篇

在上一篇中,我们讲了五个产品经理在面试中可能被问到的问题,在本篇中,我们再来讲五个。

<http://www.chinapm.com.cn>

中国最专业的全行业产品经理学习平台

所有文章均为UCPM原创,可以下载、分享、传播,但请注明文章来源

问题 6: What do you consider the least interesting part of the product management role? (您认为产品管理角色中最枯燥的部分是什么?)

这个问题其实不难回答, 难是难在哪里呢? 两点:

1、在回答这个问题的时候, 尽量不要迟疑, 你可以放开了说, 比方说, 你可以说:

我觉得在产品管理中比较枯燥的是有事没事就找产品经理开会, 其实这些会中有一些部分和产品经理是没有太大的关系的, 比方说, 有一次, 销售找我开了个会, 会议的主题是让我给他们讲解一下产品的 USP, 事实上, 这个 USP, 我已经在销售手册中有了说明, 如果哪个销售有不明白的地方, 可以单独找我聊, 我完全可以不参加这个会议的。

2、在回答这个问题的时候, 不但要说明问题所在, 还要简明扼要的把解决方案说一下, 比方说, 你可以继续说:

这样的情况多次出现后, 我一方面和销售的负责人进行了沟通, 说明这种类型的会议我能不参加就不参加, 或者你们可以把会议中的问题整理出来, 然后我统一进行回复, 另一方面, 我也对我做的销售工具包进行了重新检查, 看看销售工具包中是否还是存在遗漏, 如果有, 就进行进一步的完善, 从而能够更有助于销售团队开展工作。

对于面试官来说, 这道题的考察目的是什么呢, 我觉得还是要落在产品管理的工作思路: 一个就是你能否发现问题, 第二个就是你能否针对问题提出自己的解决思路。

同时呢, 这种类型的问题还具有拓展性, 比方说, 面试官会问你:

你认为在产品管理工作中, 最让你感到有挑战性的工作是什么?

你认为在产品管理工作中, 最让你感到有难度的工作是什么?

你认为在产品管理工作中, 最让你感到有成就感的工作是什么?

.....

总之，面试官如果问这类问题，就是想了解一下你对产品管理工作中所涉及到的工作是否有过思考，是否对工作中出现的问题有过想法。

问题 7: How will you decide which features to build? (您会如何决定要构建哪些特征?)

这个问题就有点难度了，在这个问题中，面试官其实是想知道两个方面的信息：

1、产品的特征是什么？

这个一定要回答对啊，正如我在-【系列专题】这就是 MVP 的感觉-产品管理如何应用 MVP 的逻辑-这个系列中提到的，特征是特征，功能是功能，不要搞混了，面试官想听你说的是如何构建特征，而不是如何构建功能，因此，这个你要把握好了。

2、你是如何决定一个特征？

这才是这个问题的关键，如何构建，言外之意就是你对一个特征的判断的标准是什么，以及你如何来确定一个特征是否有市场价值。

简单说一下，特征的通常包括五个方面：

- 有助于增强竞争差异化；
- 有助于增加收入；
- 有助于降低成本；
- 有助于品牌强化；
- 有助于增强消费者忠诚度。

当然，这是理论层面的，你肯定得具体举个例子，比方说现在在热火的子弹短信，都是社交产品，但是子弹短信在功能上就实现了一个微信一直被诟病的功能，就是语音和文字同步发送，并且支持语音进度条，这就是一个特征，但是使用功能的形式表现出来的。

因此，如果遇到这类问题，你应该这样来回答：

在我的 XX 产品中，我们提供了一个 XX 特征，那么，我们为什么认为这是一个特征呢，因为我们解决了同类产品一个一直存在的问题，当时，我们评估这个特征之所以有价值，是一问题我们考虑到了以下几点：

……

因此，我认为，评估一个特征是否有价值，应该从这几个方面来评估，这样就能保证产品经理在每一个产品特征的思考上有规范的依据可参考，避免了盲动的情况发生。

不过，我还是想再强调一点，我们对于产品特征的说明，千万不要仅仅限于功能表现上，当然，很多朋友之所以习惯讲功能，是因为日常的很多工作就是这个，如果我们能从其它的方面去说，肯定会让面试官耳目一新的，当然了，这个的前提是面试官认为的特征范围必须和你一致，如果不一致，面试官就会想，刚才那家伙说的是特征吗。

如果出现这种情况，其实问题不在你，而在对方，因此，为了保险起见，把这个问题的落脚点放在功能上也好，谁让面试官的水平不如你呢。

问题 8: Take me through how you would build an alarm clock for someone who is hearing-impaired. (让我了解一下，你如何为一个听力受损的人构建一个闹钟。)

上一篇文章发布后，有个朋友给我留言，说“希望后面的文章能有一两个例子 比如问到设计一个电梯 这种问题怎么才能出彩 如何做广度和深度的分析”。

我开玩笑说是不是已经看了我的下一篇文章，因为在下一篇（也就是本篇）中会有这样一个问题。

这个问题就来了，这个问题是要让求职者为一个听力受损的人构建一个闹钟，虽然不是电梯，但考察的意思是一样的，就是看你的想象力如何，但是，如果这是考察别的职位，那

么，面试者尽可以发挥想象力来说明，但是你是产品经理，在充分发挥想象力的同时，还得能把你的想法落了地，也就是解决方案你会如何构建。

好，我们剖析一下这个问题，在这个问题中，面试官已经告诉你两个关键信息：

- 1、目标人群：听力受损的人
- 2、目标产品：闹钟

这是两个很关键的信息，基本上确定了你的构想的方向，在这样的范围下，你既可以发挥想象力来说，当然了，如果你对现在各种流行的闹钟有些关注的话，那么，可以张嘴就来：

既然目标人群是听力受损的消费者，那么这个闹钟就要考虑到以下几点：

- 1、这个闹钟能否有效的提醒目标人群：也就是怎么提醒，通过什么样的形式提醒；
- 2、这个闹钟能否高效的提醒目标人群：也就是不会出现问题，比方说能够及时提醒，而不会延误；
- 3、这个闹钟能否根据目标人群的进一步细分有不同的样式：也就是是否需要有几个品种、款式、颜色等；
- 4、这个闹钟能否在成本一定的范围内生产出来：也就是最终的价格是否能被目标消费者接受。

说完上面的四点后，你就可以一一进行阐述：

1、传统的闹钟都是通过声音来提醒的，但是对于目标人群是无效的，那么，什么样的闹钟可以解决这类人群的问题呢，我觉的可以从视觉、触觉这两个方面来考虑，比方说，可以把闹钟设计成一个喷水壶，里面加上水，放在目标人群的床头，一旦时间到了，那么会自动喷出水柱进行提醒。

2、如何高效提醒呢，如果水柱太小，可能对睡眠比较深的目标人群来说，提醒会有延

误,但是如果水柱太大,则会让目标人群受到惊吓,造成不满,因此,测量好喷水量是关键。

3、因为目标人群可能有男性,女性,孩子,老人,因此,我们在设计这个产品的时候,就要充分考虑到这一点,我认为可以根据这个细分设计四款不同的闹钟,让消费者有针对性的选择。

4、因为这个闹钟不同于传统的机械或电子的闹钟,在设计上会有一些变化,不但涉及到机械层面的,还涉及到电子层面的,因此,很有可能会让成本增加,并且还涉及到不同的款式,也会增加开模的成本,但是我觉得,如果有这样一款闹钟存在,那么,对于急需解决这个问题的人来说,价格是可以接受的。

从这个回答中,我们可以看出来,你只是从产品介质的构想层面进行了说明,当然了,如果延伸开来的话,你可以从整个业务角度把这个问题谈清楚,但是没这个必要,你只需要想清楚几个点谈一下就可以了,如果都谈的话,可能一个小时也谈不完,只从产品介质层面谈就足够了。

当然了,如果你最后能总结一下,用场景化的形式进行一个说明就更好了,但是前提是你一定要把你所说的每个点放进去,千万不要东一句,西一句的说,这样会让面试官感觉到你缺乏一个系统化的思路,会减分的。

总之,这样的问题回复原则基本是:树靶子,找弹药。

在这个回复中,靶子是什么呢,就是“从视觉和触觉上解决这个问题”,这个确定了,那么,你就围绕这个展开说就可以了。

大家记住,这个问题看起来是在考察你的想象力,但事实上对于产品经理而言,这种想象力的考察其实就像一个风筝,飞的再远,也得有根线拉着,无限放飞想象力而不落地,其实并不是一种太好的回答方式。

这种问题事实上是防不胜防的，这家公司是让你构建一个闹钟，说不定别的公司是让你构建一部汽车，再换一家公司，就变成了让你构建一个社交产品，但无论是让你构建什么，记住前面提到的回答这类问题的基本原则就可以了，千万别让自己把自己放飞了就行了。

问题 9: What is the difference between waterfall and agile methodologies, and which do you prefer? (瀑布和敏捷方法的区别是什么，您更喜欢哪一种?)

这个问题就纯粹是考察你平时的知识积累了，当然，这个问题只可能是 IT 行业会问到，但是其它行业也保不齐会问你一些本行业的应用问题，比方说，制造业就会问你，你如何看待精益化管理，消费品行业就会问你，你认为品牌管理和产品管理的区别和关系是什么。

要回答这类问题，说实话，我在这篇文章里也没法展开讲，仅仅一个瀑布 (waterfall) 和敏捷 (align) 就足够写好多东西了，关键是 align 还分好多种，scrum, XP, Crystal, Adaptive, 关于这个，可以看这个资料：敏捷软件开发，一次开发人员对 PM 的起义 (<http://www.chinapm.com.cn/?p=3575>)

不过这里有个回答技巧，就是你可以不要过于多的纠缠到概念中，这样会很容易把你陷入到被动中，因为就开发思想这块，国际上也是百家争鸣，都说自己的好，咱们是回答问题的，不是研究学术的。

那么，怎么来回答比较合适呢？

这个时候就得把握一个原则了：以小见大，以点带面。

什么意思呢，我们知道，要想把瀑布和敏捷的区别整体说清楚，其实是不太容易的，太多的资料在讲这个，除非你是专门研究这个的，我们只不过是在实践中应用这两种方法而已，但是，也只是应用，并不代表你真正看到了这两种方法的全部，我们能说的只是自己的实践体会而已。

因此，回答技巧就有了，就是千万不要想展示自己的知识量（不排除有这样的朋友，但是大部分的朋友还是免了吧）而大而全的进行说明，只需要抓住实践中自己体会最深的一点来说就可以了。

比方说，你可以这样来回答：

我的上一家公司起先采用的是瀑布模式，后来逐渐转移为敏捷模式，两种模式我都接触过一些，比方说在需求验证（提示：属于需求管理的一个步骤）这块，就有很大的区别。

在瀑布模式中，通常是按照比较传统的模式进行验证，就是等产品发布或交付后，才能对需求是否适配市场的需求进行验证，但是实践证明，有些时候，这种验证的方法是高成本和高风险的，因为在瀑布过程完成之前，是没有任何可进行验证的产品的，这样对于企业来说，很可能要付出比较大的代价才能证明适配与否。

而敏捷模式中，其中有个特点就是增量开发，也就是从小处着手，做许多“小版本”来快速地将产品发展到它需要的位置，对于需求验证来说，最大的好处就是尽力避免了瀑布模式中的高风险，高成本的情况，可以通过不断实现，不断验证，不断修改的策略来逐步推进产品的发展。

当然了，如果说我更喜欢哪种模式，我个人的观点是不存在哪种更好，只有哪种更适合的选择，如果做的是定制化程度比较高，产品开发流程比较长，且涉及到多个部门配合，并且需求在早期就能大部分明确的大型的，复杂的产品，那么，瀑布模式可以让这个过程更加顺畅，而不会出现混乱的情况。同样，如果做的是消费级的产品，需求变动比较快，需要进行快速迭代来不断满足用户需求的产品，那么，敏捷模式就可能更适合。

因此，在我看来，选择哪种模式，不能根据流程度来选择，而一定要根据产品特性来选择，否则就会适得其反。

其实我们可以分析一下，面试官问你这个问题，是真的要考察你的知识量吗，不然，知识量这是基础，我觉的面试官真正要考察的是你的辩证思维，这个世界并不是二分法，非黑即白，非对即错的，如果你说瀑布好，那么敏捷为什么会流行，如果你说敏捷好，那瀑布又为什么不好？

这样就很容易自己给自己设了个套，然后钻了进去，最后把凳子蹬开。

因此，一旦遇到这种让你进行二选一类型的问题，我看还是要归到辩证的思路，不肯定，不否定，只说现实，优势劣势都讲讲，最后把结论一抛，齐活。

并且还有一个信息是你无法掌握的，就是你很难知道你面试的这家公司用的是什么模式，因此，你说哪个好或哪个不好，都不合适，咋都有可能打人家的脸，对吧。

当然了，要回答好这类问题，关键还是在于你平时是否有必要的知识积累，如果没有这个前提，你就实话实说吧，我没接触过某类模式，这样诚实一点，其实面试官也会欣赏你的坦诚的。

类似的问题，我随便放几个，朋友们可以自己琢磨琢磨是否能回答好：

- 1、产品管理和品牌管理的区别和联系是什么？
- 2、精益化（LEAN）思想和产品管理的联系和区别是什么？
- 3、产品管理和项目管理的区别和联系是什么？
- 4、产品管理和营销管理的区别和联系是什么？
- 5、商业模式和收入模式的区别和联系是什么？

.....

总之，只要面试官想考死你，总会有问题问你的，不想被考死，怎么办，多积累吧，这种题目又没有大纲可供你参考，对吧。

问题 10: Which metrics will be most important to track for our product? (哪些指标对于跟踪我们的产品是最重要的?)

这个问题相对于第九个完全考知识面的问题来说,就简单多了,无非就是考察你两个信息: 1、你是否知道跟踪产品发展的指标有哪些; 2、你认为哪个指标最关键。

这个因为可能各行业、各企业的情况不同,因此,不能一概而论。

但是一般来说,回答这类问题,是有一个逻辑在里面的,接下来我就通过一个传统行业的很小的例子来说明一下。

比方说每个月初的时候,中国汽车工业协会都会发布上一个月的各品牌汽车的销量统计作为市场指导,那么,这个数量是怎么统计的呢,是按照各车企的批发量来统计的,比方说某经销商,在 8 月份的时候拿了 20 台车,那么这 20 台车就会计入整车企业的销量中,但是这其实是没法代表真实市场销售情况的,因为 20 台车并不是在零售终端的真实销售情况,只是批发的量,20 台车很有可能需要 3 个月的消化。

这就是产品销量跟踪的统计口径的问题,那么,怎么算是比较合理的呢,其实是可以按照上牌量来统计的,当月上牌的才能算是当月真实的销量,因为消费者买了车,都希望尽快能完成上牌,毕竟只有个临牌,跑在路上也不放心,对吧。

这就是跟踪的指标,并且也是反映某个时期内,汽车市场表现(销量可能是最重要的指标)的重要数据。

因此,回答这类问题,只要能把握住“指标是什么”和“为什么重要”这两个信息回答就可以了。

比方说,你可以这样回答:

在我的上一家公司,公司对【产品名】的跟踪指定了三个指标,分别是:

1、【指标 1】

2、【指标 2】

3、【指标 3】

为什么要制定这三个指标呢,这是因为当时公司对于这个产品的核心目标是实现【目标】,我们可以根据这三个指标综合评估出产品目标的实现程度以及差距,并根据结果及时修正产品战略。

我还是举个例子说一下啊,我就直接套上面的格式了啊。

在我的上一家公司,公司对【无糖巧克力】的跟踪指定了三个指标,分别是:

1、销量

2、利润

3、成本

为什么要制定这三个指标呢,这是因为当时公司对于这个新推出的产品的核心目标是实现【市场知名度的快速提升】,我们可以根据这三个指标进行综合评估,比方说通过销量的变化情况,我们可以知道是销量和营销成本之间的关系,比方说,如果营销成本在一个时期内没有增长,但是销量则是稳步提升的,那么,就可以说明这个产品的市场知名度已经初步建立。

而如果我们发现,在销量增加的情况下,利润却没有明显提升,同时,营销成本也没有明显增加,那么,我们会怀疑是否在产品价格策略上有问题,比方说给予经销商的折扣幅度太大,从而造成“有量无利”的情况,如果是这种情况,我们会调整价格策略,以为过多的折扣对于新品的健康发展是不利的。

因此,这类问题不难,只要你真正做过产品上市/发布后的跟踪工作,回答这个是非常

简单的，因为，指标不用你去编，都是放在你脑袋里的。

但是，如果你没有做过，这个我就没法了，只能祈祷面试官问的都是你做过的工作的指标吧。

比方说：

- 1、你评估一个需求是否需要被实现的标准是什么？
- 2、你评估研发生产出来的产品符合既定产品规格的标准是什么？
- 3、你评估一个产品想法是否可行的标准是什么？

.....

反正这类问题，做过了好回答，没做过就听天由命吧。

第三篇

今天再来五个问题。

问题 11：你会对我们的网站做些什么来提高转化率吗？（What would you change about our website to improve conversions?）

因为这是国外互联网行业招聘产品经理的一个面试题，因此，就会问面试者如何来提高网站转换率。

其实这个问题可以无限延展到各个行业，比方说：

对于我们的无糖食品，你会做些什么来增加销量？

对于我们新推出的儿童牙膏，你会做些什么来增加销量？

对于我们新上市的小型 SUV，你会做些什么来强化我们的定位？

.....

这类问题怎么来回答呢？

<http://www.chinapm.com.cn>

中国最专业的全行业产品经理学习平台

所有文章均为 UCPM 原创，可以下载、分享、传播，但请注明文章来源

大致可以分为三个步骤：

第一步、了解这家公司现有的产品

这是个基础的工作，既然面试官问你这类问题，也就意味着要求你必须在面试之前充分了解这家公司的产品情况，甚至需要把一些和产品有关的公开的信息拿到后进行一个简单的处理，比方说，如果你去面试吉利博越的产品经理，那么，能够获得的最直接的数据就是月销量，例如这样的：

时间	销量	同比增量
2016年4月	4002	
2016年5月	6049	2047
2016年6月	8142	2093
2016年7月	10128	1986
2016年8月	10130	2
2016年9月	14053	3923
2016年10月	16779	2726
2016年11月	18531	1752
2016年12月	20377	1846
2017年1月	20,019	-358
2017年2月	17440	-2579
2017年3月	20461	3021
2017年4月	21233	772
2017年5月	21142	-91
2017年6月	21282	140
2017年7月	21872	590
2017年8月	21315	-557
2017年9月	24555	3240
2017年10月	30138	5583
2017年11月	30884	746
2017年12月	31205	321
2018年1月	30381	-824
2018年2月	20238	-10143
2018年3月	21919	1681
2018年4月	23025	1106
平均销量	20054.083	792.625

这是博越这款车从 2016 年 4 月到 2018 年 4 月（24 个月）的销量统计，可以从数据中看出，这款车的月平均销量是 20000 台左右，平均增量是 792 台。

不过我相信很多朋友在面试之前会做了解的工作的，但是就我观察，这些朋友很多时候只是了解一下公司、产品的概要情况，比方说公司背景如何，有啥产品，当然，这些该了解，但是如果遇到这个问题，那些概要的情况就没法回答了，其实我们可以这样想，面试官问这个问题，目的是什么，就是看你是否知道当前的产品的问题，并提出你的想法。

当然了，你也可以把这个产品涉及到的市面上常见的操作方法说一下，但是你要考虑，

这样针对性就差了一些。

因此，咱们在面试前，收集些产品的数据，还是有好处的。

第二步、针对数据进行分析

心里有了数据，那么就可以做数据驱动的分析了。

比方说博越这款车在 24 个月的平均月销量是 20000 台左右，月均增量是 790 台左右，当然，这两个数据独立的看，其实也看不出什么，还得结合同类产品来看，比方说长城的 H6，为啥 H6 几乎月月登顶，并且销量差在通常在万台左右。

这个时候，你就得结合长城的市场战略来说一下了，当然，长城真正的市场战略咱们也不知道（除非你是从长城跳到吉利的），只能从一些具体的市场表现来反推。

你可以这样说：

目前来看，长城对 SUV 市场进行了高度的细分，仅仅一款紧凑级 SUV，就有 H6、M6、VV5 三个不同档次的车型，这样尽管看起来是细分了市场，但是会出现一个问题，就是对于任何一个市场，企业都有可能无法很好的兼顾，事实上，现在销量最大的还是 H6，而博越我觉得尽管单车销量和 H6 还差一些，但是却集中了企业的优势资源去做了一个市场，这样很有可能会让销量再提高一些。

你说完这些，势必会引起面试官的兴趣，向听听你具体的想法。

第三步、基于分析提出建议

接下来，你就可以这样说：

我个人认为可以这样来做，一个就是产品力继续提升，比方说可以根据市场需求的变化，加快博越小改款的迭代速度，我们不要像 H6 那样，一个车型有几十个车型，还是要集中在最主要车型的改款上，比方说可以进一步提升 NVH 的水平，并且针对真实客户的情况，提

供更多的配色选择，是否可以增加双色车身，增加自定义车身颜色，在走量款上增加胎压监测，行车记录仪等，这些配置都是目前走量款没有的，但是对消费者来说却是很关注的，另一个就是营销力的加强，目前博越很大程度上是以口碑传播为主，这可能比较符合博越目标人群的定位，我们除了继续加强口碑宣传外，还可以通过一些贴近目标和潜在人群的活动来推动他们和企业之间的联系，比方说，可以设计一个积分制，积分可以抵消保养对应的费用，这样对吉利来说，可以逐渐形成一个社群，而不是现在官方的一个论坛，或车友自发的车友会，同时，也可以增加 4S 店和客户之间的关系，并且还能获得更为完善的客户资料。

总之，目前博越已经实现了车和人的互联，那么，是不是可以考虑在下一步中，加强人和人的互联呢，这种互联不但包括技术层面的，也包括社交层面的，让车不再是简单的一部机器，而是结合在吉利生态链中的一个生活平台。

当然了，你说这么多，你一定心里在打鼓，我说的这些人能不能看的上啊，这个担心真的没必要，我们可以想了，如果你说的和面试官想的一样，那不是更好，如果不是，那也说明了你做足了功课，并且确实有自己的想法在里面。

至于想法是否真的可行，那是你最终进入到企业后去落地的，记住一点就可以，这类问题考察的是你对数据的分析和想法的设计能力。

问题 12：告诉我你最近看到的最酷的创新，以及你为什么喜欢它。(Tell me about the coolest innovation you have seen lately and why you like it.)

这个问题就轻松多了，你大可以放开了说，不过还是要注意两点：1、这个创新是什么？2、为什么喜欢它。

第一点好说，你可能随口就来，因为现在稀奇古怪的东西太多了，但是也正因为多，你才要好好琢磨一下，很多时候我们经常受到媒体的影响的，比方说 iPhone，自从诞生以来，

就被誉为是手机产品创新的标杆，很多朋友也喜欢谈这个，但是大家都谈，你再谈，未免就显得随大流了。

这里有个技巧，就是你最好能说一个比较冷门的创新，这样你可发挥的余地就可能大了很多，比方说在食品这块，见下图：



这是个啥玩意呢，叫 For Aisha -infant traymeals, 婴儿托盘餐，这个产品是获得了 2018 年世界食品创新奖的。

它的创新之处在于以托盘形式呈现，可以让一周以下的孩子们自主进食，对妈妈们而言非常方便。

可能在一些科技企业的朋友看来，这算啥技术含量的创新啊？

这个咱就得好好说说了，一说到创新，可能科技企业的朋友就认为是技术层面的，但是对于产品经理来说，可不仅限于此，我们是从整个业务的角度来看创新的，技术创新只是一

个部分而已。

比方说这个托盘餐，东西还是那个东西，但是就是设计成了托盘的形式，这样可以直接让孩子自主进食，要比传统的一勺一勺喂孩子方便多了，关键是每种食材的量都是计算好的，营养成分也均匀，对于父母来说，多省事。

好，假设你和面试官说了这个创新，那么，关键的第二点就来了，你得说一下为什么喜欢这个创新。

怎么说呢，如果只从产品介质的角度说就显得比较单薄了，还是用咱们擅长的，按照问题-方案-特征-利益的角度来说，这样就更全面了。

比方你可以这样说：

我为什么很喜欢这个托盘餐的创新呢，因为我是一个十个月孩子的父亲/母亲，孩子小，每次喂食的时候都非常麻烦，不但要考虑吃什么，还要考虑口感，安全，食物的量，还得考虑如何处理，但是这个托盘餐解决了我很大的问题，至少有三点：

1、让喂食过程更加方便；2、让婴儿摄取的影响更均衡；3、让婴儿进食更安全。

而这三点，恰恰就是我最为关心的。

这个创新给了我什么样的启发呢，就是我们在思考产品创新的时候，不要只局限于产品介质层面的，而是要从整个产品的应用场景中考虑，只有从完整的场景中去，我们才能找到更多的，有市场价值的，值得创新的点出来，这样才能形成一个更加完善的产品体验环，才能让消费者更加喜欢我们的产品。

其实在回答这个问题的时候，大家只需要把握住一点就可以了，就是我们在谈创新的时候，尽量不要脱离实际场景和现实问题，毕竟对于产品经理来说，所有创新的出发点肯定是更好的解决消费者的问题和痛点，而不是做自娱自乐的游戏。

问题 13: 你希望在 iPhone 上看到什么功能? (What feature would you like to see on the iPhone?)

首先说明啊, 我没有用过 iPhone, 因此, 关于这个问题, 我只能稍微改变一下, 换个例子, 其实这也是很有可能的, 面试官不一定会问你 iPhone, 可能问到的产品很多了, 比方说, 如果你是一个互联网的产品经理, 很有可能会问你微信, 滴滴这类的热门应用, 如果你是汽车行业的, 很有可能会问你现在比较火的电车, 例如蔚来, 如果你是食品行业的, 那就更大了, 快八月十五了, 要不问问你月饼。

其实这类问题说好回答也好回答, 当然只要你接触过这个产品就行, 如果没接触过, 这个就比较麻烦了, 比方说要是问我 iPhone, 我就真不知道怎么回答。

而微信呢, 几乎所有的人都在用, 因此普遍性更强, 但是研究的人也太多, 子弹短信出来后, 又有了一大堆评论文, 这个咱就不多说了。

就说一个大家身边的, 比较普遍的产品吧, 洗衣机吧 (什么, 你说你从不用洗衣机, 一直手洗, 老汤默默的向你鞠躬致意), 尽管现在洗衣机都有洗衣液 (洗衣粉) 的自动投放功能 (其实就是两到三个不同的投放盒), 但是大家在实际使用的时候, 很有可能会出现要么投放的少, 衣服洗不干净, 要么投放的多, 不但浪费, 还有时候有泡沫残留, 那么, 怎么来晚上这个功能呢, 让其更智能化呢?

因此, 你可以这样说:

我觉得洗衣机上最需要增加的一个功能就是根据衣物的量自动匹配出合理的洗衣液投放量, 比方说我洗五件衣服的时候, 洗衣机会自动显示出洗衣液/洗衣粉/皂粉的投放量应该是多少, 如果投放的少了, 会进行提示, 如果一不小心投放的多了, 会自动进行储存, 在进行下一次洗衣的时候, 自动进行计算还需投放多少。

这样可以保证用户的每一滴洗衣液都不会被浪费，从客户利益的角度看，这是用户成本方面的收益。

此外，对于竞品而言，这也是咱们的一个优势特征，可以在这个功能上和竞品拉开距离，保证我们的竞争优势。

这个问题事实上要考察的是什么呢，就是面试官想听你谈谈你对于一个产品上的功能是一种什么样的态度，其实面试官很有可能有一个坑在哪里呢，就是看你提出的这个你希望的功能是不是真正有市场价值。

问题 14：告诉我你将如何与我们的开发团队合作。（Tell me how you would approach working with our development team.）

这个问题不算难，只要基于当前你的实际情况说一下就可以了，不过这里需要注意一点的是，你不能说的太泛泛或者大面上的东西，例如什么协调监控、进度跟进、方向控制等这些理论层面的。

既然面试官问你的是和开发团队合作，那么，首先你要明确的是你目前公司的开发模式是什么，瀑布、敏捷还是其它的，然后基于模式来说才行。

比方说，你可以这样说（以敏捷模式为例）：

目前公司采用的是敏捷的开发模式，作为产品经理，在和开发团队合作的时候就要求更高了，不但扮演着 PM 的角色，还扮演着 PO 的角色（关于 PM 和 PO 的区别与联系，可以看这里：实话实说，你只是个 PO，而不是 PM：<http://www.chinapm.com.cn/?p=3378>），在 PM 角色中，我要向开发团队确保提供的市场问题是客户的需要是正确的，并要基于确定的产品路线图确保技术路线图是适配于产品战略目标的，一旦进入到开发阶段，我更多的就是扮演 PO 的角色，在这个角色中，我的工作主要集中在为开发团队提供正确的用户故事，

对 backlog 的梳理，随时解决在开发工作中出现的问题，版本路径管理、用户故事验收等。

在我看来，产品经理和研发团队的合作必须紧密和规范，对于产品经理而言，在产品开始开发后，既不能参与的不够，也不能参与的太深，因此，产品经理需要及时调整自己的角色定位，在问题空间中，我们要确保市场问题是准确而合理的，一旦进入到产品空间，我们就要确保解决方案是符合客户期望的，只有这样，产品经理才能和开发团队形成一种良好的合作关系，才会尽可能的提高效率，提升产出，避免出现怄来怄去的情况。

尽管我说这个问题不算难，这是因为只要实事求是的回答就行了，根本不需要过多的思考，但是，要回答好就有些不太容易了，如何和开发团队合作，面试官的言外之意其实是在考察你是否能够清晰的知道在产品的开发过程中，产品经理应该扮演什么样的角色才符合企业开发模式的要求，更深层的含义则是，面试官想知道，作为产品经理，你是否有足够的认识和经验能够带领产品团队处于一个规范、高效的工作状态中。

问题 15：今天有多少人从拉瓜迪亚机场起飞？（How many people are flying out of La Guardia Airport today?）

这个问题怎么回答啊，拉瓜迪亚机场的出港人数，鬼知道啊，不是不知道出港人数，而是不知道拉瓜迪亚机场，网上查了一下，拉瓜迪亚机场是纽约市的三大机场之一，主要负责国内航班，2016 年的旅客吞吐量大约是 2700 万，如果简单按照出港和进港航班一半对一半，并且人数相等的话，那这个机场一年的出港人数是 1350 万，再除以 365，大概一天就是 37000 人左右。

到这里，这个问题看起来非常容易，只是简单的计算一下就可以了，但问题的关键是，你必须得有相应的数据才行，否则，怎么算呢？

咱们还是回到国内，如果面试官问你类似的问题，你知道北京西站/虹桥站/南京南站/

广州火车站/.....一天有多少人出京吗?

当然,如果脑袋里就有这样的数据,那么,不超过十秒你就能回答出来,面试官还得问你,兄弟,你是咋知道的,然后你就可以很拽的说,老子平时就关心这些数据,脑袋里存的全是,要不我再给你说说首都机场、浦东机场、白云机场的日吞吐量都是多少。

面试官心想,这他娘的不是面试产品经理啊,这是买了个交通信息的数据库啊,还是自带行走功能的。

但是,我相信,99.9%的产品经理在遇到这类问题的时候是做不到这样的,谁没事记这些数据啊。

但是,咱们还得回答这类问题,咱们可以分析一下,这类问题是要考察你真的知道相关的数据吗?

其实面试官也知道,这类问题几乎没人能准确回答出来,连他自己可能都不知道,那么,这类问题考察的是什么呢,其实就是你的逻辑推理能力。

那怎么来回答呢,比方说可以这样说(以北京西站为例):

北京市大概有 2200 万人口,一共有四个客运火车站(北京站、北京西站、北京南站、北京北站),假设每天有十分之一的人在四大客运站乘坐火车出行,就是 220 万,但是在这四个火车站中,所提供的运力是不一样的,假设北京站运力占比为 25%,北京西站运力占比为 35%,北京南站运力占比为 30%,北京北站运力占比为 10%,那么北京西站每天的乘客就是 77 万,再假设进京和出京的人数是相等的(当然,也可以设定一个假设的比例),那么北京西站每天的出京人数就是 38.5 万。

真的是这个数据吗,肯定不是了,各位朋友可以自己查一下啊。

我说了,面试官问这类问题的目的不是考察你是否真的知道这些数据,而是考察你的逻辑推理能力。

辑推理能力。

既然是逻辑推理，那么，首要考察的是你是否有逻辑性，这个走通了，那么，我们无论输入什么样的数据，至少能保证不会犯逻辑性的错误。

或者可以这样简单理解，在这类题里，你提供的其实就是一个具备合理逻辑的计算公式，能实现这点就可以了。

其实这也和我们的日常工作是紧密相关的，毕竟产品经理很多时候是在算计未来可能发生的事情，比方说商业模式构建，在未执行之前，其实本质上就是一种商业逻辑而已，但是产品经理必须要尽自己的力把这个逻辑搞合理才敢拿到市场上去验证，是这个道理吧。

大到产品战略、商业模式的逻辑，小到一个具体工作执行，一个特征实现的逻辑，都在考验产品经理这种能力，而这类题其实就是最直接，也是最简单的一种考察形式。

因此，如果大家遇到这类问题，不要慌张，永远记住，你是在应聘产品经理，面试官问的每一个问题都是和这个职业有关的，抓住这点，你就能把这道题审清楚了。

第四篇

今天再来五个问题。

问题 16: 你如何知道产品发布（上市）是否成功？（How do you know if a product launch is successful?）

如果面试官问到这个问题，那么，我想他可能希望从你那里得到两个方面的答案：

第一个：你是否知道如何发布（上市）产品？

第二个：你是否知道评价产品发布（上市）成功的标准？

那么，怎么来回答呢？

我们先来看第一个方面，你可以这样来回答：

<http://www.chinapm.com.cn>

中国最专业的全行业产品经理学习平台

所有文章均为 UCPM 原创，可以下载、分享、传播，但请注明文章来源

在我以往负责的产品中，有着非常严格的发布过程和计划控制，我们会把整个过程分为三个阶段，分别是发布前，发布和发布后。

在发布前，作为产品经理，主要的工作是确保产品已经具备了合适的上市条件，比方说我们会在产品发布之前对产品所面对的市场进行一次回顾，目的在于确认产品所面对的目标市场没有发生较大的变化，如果发生变化，作为产品经理，会考虑是否暂停或取消。

在发布中，作为产品经理，主要的工作是确保产品按照发布计划如期进入到了正确的市场中，比方说我们会根据市场竞争的情况，选择合适的发布时间，因为如果发布太早，很有可能就会为别人做嫁衣裳，而发布太晚，那么很有可能会失去一炮而红的机会，因此，就算发布前的工作都已到位，但我们依然还是会非常谨慎，择机而动。

在发布后，或许对于产品团队的其他成员来说，产品一旦发布，就可以告一段落了，但是对于产品经理来说，并不是这样，我会在产品发布后继续跟进一段时间，通常为 90 天，目的在于评估产品发布后，是否达到了既定的发布目标，如果没有达到，我会及时发现并加以修正，避免出现发布后完全交付给营销和销售团队，而缺乏专人照看的情况。

大家可能注意到了，在上面的回答中，就提到了“既定的发布目标”是要在发布后跟踪的，因此，你可以顺着这个回答，就把第二个方面的回复说了，你可以这样说：

对于我来说，我并不认为产品只要发布到市场上就是成功的，在我看来，产品的发布是否成功可以分为三个点：

第一个点：发布点。这是评价一个产品发布是否成功的开始点。

第二个点：运转点：这是评价一个产品发布是否成功的依据点。

第三个点：稳定点：这是评价一个产品发布是否成功的结果点。

在每个点中，我们都有相应的指标来进行评估。

在第一个点中，我们的评估指标主要为时间指标，简单说，就是是否如期发布。

在第二个点中，我们的评估指标主要为测试指标，比方说，我们会在发布前，定一个90天的市场指标，例如销售额，我们会通过90天的运转来检测指标的实现程度，并通过这个点所产生的结果来评价后续产品策略是否需要调整和完善。

在第三个点中，我们的评估指标主要为运转指标，这个指标是根据第二个点的结果制定出来的，比方说市场区域的扩大，是否是按照每个月2个区域的速度进行，如果达到了，那么，我们才会认为这个产品发布是真正成功的。

因此，在我看来，一个产品的发布，并不是一个动作，而是一个过程，甚至是一个比较长期的过程，因为对于产品经理来说，产品做出来只是产品实现价值交换的基础，而确保产品按照计划顺利实现价值交换，才是我们的目标。

在面对这个问题的时候，有些朋友可能会回答的比较片面，也就是只会提到只要能如期发布就算成功了，但是，我还是那个观点，对于开发团队来说，如期发布就算是成功了，这没啥问题，但你是产品经理，你的眼光永远是在整个过程中，而整个过程中又包含许多个分解出来的过程，不要只盯住一个点，要盯住过程，发布并不是我们认为的是个“点”的动作，而是一个“过程”的行为。

把握住这个原则，这个问题是很容易回答的。

问题 17: 你是否曾与团队成员有过分歧，结果是什么？ (Have you ever had a disagreement with a team member, and what was the outcome?)

这个问题太伤产品经理的心了，俗话说，和团队没分歧的产品经理不是正常的产品经理，我想，如果面试官给我们足够的时间，我们可以把这个问题变成一场控诉大会。

不过，对于面试官来说，他最想听到的还是你是怎么处理分歧的，毕竟他会琢磨，如果这小子一旦来到我们公司，免不了和各个团队会产生分歧，看看这小子都是怎么处理的，也好提前告知团队做好心理准备。

怎么来回答呢，下面我就随便说个大家都会遇到的事情，比方说，你可以这样说：

当然了，作为产品经理，和团队出现分歧是很正常的，当然，情况也是很多样的，比方说，经常出现的就是对于一个需求，团队成员都有各自的看法，例如，我在某个产品中要增加一个需求，但是研发团队认为这个需求不好，不想做，那么，我通常会通过以下的思路来处理这种分歧：

首先，我会制定出一个需求评估标准出来，我希望我说服团队去做某个需求是有据可依，有理可循的，而不是一味的陷入到不断毫无积极意义的争论中。

其次，我会再一次和市调团队进行确认，确保客户反馈来的这个需求是真实可靠并广为需要的。

当这些工作都做完后，我会根据制定出来的评估标准进行评估，并向研发团队说明结果。

评估标准大致分为两个维度，分别是“成本维度”和“收益维度”，在每个维度下我会设定相应的标准，比方说在成本维度下，有四个指标，分别是可行性、难度、风险和周期，因为需求的实现主要依赖研发团队，因此，我会和他们进行沟通，确保每个指标的评估是合理和可靠的，同时呢，需求实现后的产品价值交换，是要通过营销团队去完成的，因此，收益维度主要是从营销能够获得的目标角度去评估的，因此，我会和营销团队进行收益层面的沟通，确保这个需求实现后能够带来必要的收益。

因此，在面对需求好还是不好，做还是不做这样的分歧的时候，我希望通过一个规范的方式来解决，简单来说，我会考虑三个方面的因素，一个就是用户方面，要关注需求的数量

和质量，第二个就是成本方面，我要看我们实现这个需求，要投入的资源是什么，第三个方面是收益方面，我要看我们通过实现这个需求能得到什么。

总之，对于我来说，我不会偏向于任何一方的想法，而是基于真实的情况来进行说明，基于客观的依据加以证明，基于全面的评估进行分析，我想，通过这样的思路，这种分歧会逐渐减少，并最终形成一种更为良性的工作关系。

当然，我这里只是举了一个在需求方面有分歧的例子，其实我们遇到的分歧情况是五花八门的，但说来说去，刨除个人之间的恩恩怨怨，几乎所有的分歧都是存在于缺乏规范的工作之下的，因此，大家一旦遇到这个问题，那么，你千万要把握住一个原则，作为产品经理，你的所有的工作都必须坚守中立的原则，我们只用规范和事实说话。

问题 18: 如果我和我的同事谈过，他们会怎么评价你？ (If I spoke to your coworkers, what would they say about you?)

这又是一个伤心的问题，因为很多现实的情况已经回答了的这个问题，产品经理在企业内，并不是一个很招人喜欢的职位，我们可以说研发默默无闻，不声不响，那是因为人家在攻克技术难关，也可以说销售披星戴月，屡败屡战，那是因为人家在拓展客户，但是产品经理呢，内外乱窜，确实和条狗一样。

如果我们假设面试官真的会和你的同事交流（也就是尽调），那么，这个问题的难点不在于如何说，而在于说的“度”不好把握。

你把自己夸的和一朵花一样，但你的同事却评价甚差，那面试官会怎么看，对吧。

因此，在回答这个问题的时候，有一个技巧，就是“先贬后扬”。

比方说，你可以这样回答：

我真的无法判断我的同事们会如何评价我，也许有的同事会说我这个人在工作上不近人

情，在工作上过于严格，也许有的同事会说我脑袋不够灵活，在一些事情上过于死板，也许有的同事会说我工作能力不高，在一些工作上产出质量不行.....

我觉得他们说的都没有问题，这可能是我给他们留下的最直接和最深刻的印象吧，当然对于我来说，我也会积极听取他们的看法，并努力改进我可能存在的某些问题。

但是，对于我，一个产品经理来说，我还是希望同事们能够真正从工作上来对我进行评价，而不是我个人如何如何，比方说，有些同事说我的脑袋不够灵活，做事过于死板，我觉得这对于产品经理来说，并不能说是一个不好的印象，我记得有曾经出现过这样一个事情，我曾经负责的一个产品在开发的时候，因为遇到了一个技术难题，研发的同事让我能不能把这个功能的规格降低一点，但是我知道这个功能是这个产品的核心特征之一，降低规格会影响用户的体验，因此，我对研发说，我可以向高层提出延期的申请，但是规格不能降低，必须要攻克下来。

或许这件小事在研发团队看来，这就是一个死板的做法，但是我觉得，把产品做好，让客户满意才是我首先要考虑的。

这就是中国人的辩证智慧，能够把同样一件事说出两种结果出来，关键在于站在谁的角度。

我们剖析一下这个回答，在回答中的第一和第二段，就是我说到的“先贬”，目的就是先把各种可能对你的评价自己先说出来，这样，无论别人再怎么评价你，也都只是在你划定的范围里转圈子，接下来的第三和第四段，就要辩证分析问题了，正如回答中说到的，有同事说你太死板，不够灵活，是的，如果我站在企业的衣食父母-客户-的利益角度看，那么，这种死板和不够灵活恰恰是你负责任的表现。

而对于面试官来说，哪怕他真的和你的同事聊了，知道了这个评价，但是评价产生的原

因是什么，你得说出来，这样，面试官就会认为，哦，原来这小子的死板是这个原因啊，可以理解，可以理解。

如果说第十七题考查的是你的智商的话，那么这道题考查的就是你的情商，会不会说话，这可是产品经理必备的技能之一。

问题 19: 你喜欢和什么样的人一起工作? (What types of people do you like to work with?)

这个问题看起来似乎简单，也仅仅是在问你的一些个人感想，但事实上，面试官是希望通过这道题来看看你的工作风格是什么样的，再深层次的目的是想分析一下你的性格是什么样的。

毕竟俗话说，人以群分，物以类聚，你喜欢和什么样的人一起工作，其实也就很大程度上暗示着你是什么样的人。

比方说，你可以这样说：

在我以往的工作中，我曾经和五个不同的团队一起合作过，也接触过很多不同类型的同事，但是，我整体认为，我还是喜欢和具有以下几个特征的同事一起合作：

1、热爱学习的人：做产品是个长期的过程，在这个过程中，无论是技术，还是市场的知识都会不断变化，那么，我希望我和我的同事们能够一起不断学习，提升整个团队的知识体系水平，迎接不断而来的挑战。

2、敢于承担责任的人：我们谁都不敢保证在产品发展的过程中不出现问题，出现问题不怕，但是一旦出现问题，我希望我的同事们能够勇于面对，而不是逃避。

3、勤于思考，并能落地的人：在产品团队中，任何一个人的能力都是有限的，我希望我的团队在做产品的过程中，都能够把焦点放到如何做好产品，如何做好市场，如何服务好

客户的重心上，这就需要我们不断的构想一个又一个好的方案，但是，只有想法是不行的，必须得基于客观情况落地才行，我不想我的团队中都是“空想家”。

4、心存信念，坚持不懈的人：在产品发展的漫长过程中，难免会遇到些挫折，资源不够了，资金不够了，暂时没好的市场表现了，等等，但是我希望我的同事能够坚持心中的信念，认为我们不只是在做产品，而是在做一个可以给我们的客户带来真正价值的事业，就算最后失败了，我们也能够告诉自己，在那段日子里，我们没有苟延残喘。

.....

其实还可以列举很多，当然了，如果时间允许，你能在每个点之后再简单加一个案例佐证就更好了，这会让面试官感觉你的每个点都不是信口开河，敷衍了事的，是真正从现实工作中得来的。

有朋友会说，这不是我的希望啊，是啊，这是我的希望，呵呵。

其实这道题，要简单回答也好回答，就挑大面上的，普遍性的说就可以了，这样保证不会错，但是一定不会出彩，那么，怎么才能出彩呢，也很简单，只有你真正经历过很多团队的风风雨雨后才会得出你心中真正希望的同事是什么样的。

问题 20：描述一段你使用数据做决策的时间。(Describe a time when you used data to make a decision.)

关于数据和产品管理的关系，这个不用多介绍，我一直理解产品管理的“产品”和“管理”本质上就是科学和哲学的结合，科学的去做产品，哲学的去做管理，因此，单从产品的角度看，如果哪个产品经理不知道如何把和产品有关的数据综合运用起来支持我们做出的每一个决策建议，那，你是在混吗？

这个问题太容易回答了，当然，前提是你已经打通了数据和产品之间的任督二脉，否则

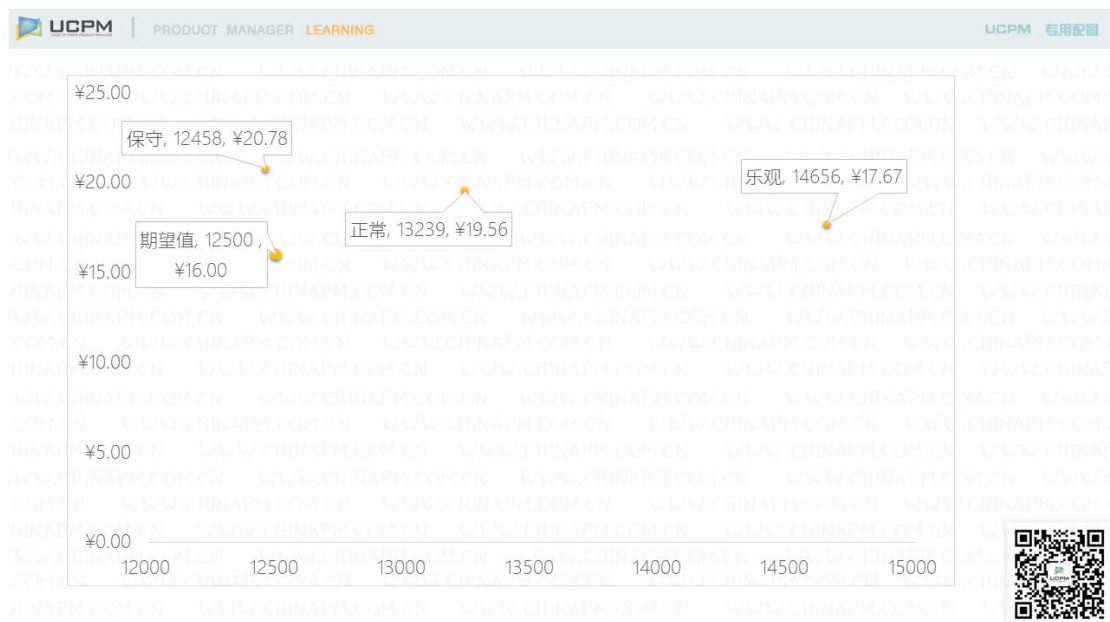
你连什么样的决策需要什么样的数据支持都不会知道的。

例如，你可以这样说：

在产品定价策略的制定中，就涉及到大量数据的支持，对于产品经理来说，我们的要求并不是制定一个具体的价格数值出来，而是要制定一个价格策略出来，那么，这就需要我们考虑四个方面的因素：1、企业目标（现金产品；占领新市场产品；特定回报类产品；市场领导者产品；避免价格战产品）；2、和价格有关的参数（成本类；税费类；销售类；投资类；预期类）；3、竞争情况（价格带；价格区间）；4、价格调整（提升价格；增加销量；降低固定成本；降低变动成本）。

所有这些因素，我们都会通过数据进行决策分析，而不是靠经验或猜测。

通过对这些数据的分析，我就可以获得一个这样的价格策略图表，从而能够让高层更直观的看到不同的定价方向会带来什么样的市场情况。



提示：如果有条件，可以拿张纸给面试官画一下。

当然，我也知道，完全依赖数据也不能做出百分之百正确的决策的，但是数据的价值在

于能够让我们更多的看到事实，并为我们提供一个可决策的范围，并有助于我们控制风险，降低决策周期和成本。

关于这道题，实在是没啥可多说的，无非就是讲一个你如何用数据驱动自己做产品决策建议的案例而已。

当然了，我还是想借这道题再啰嗦几句，数据这个东西，大家都知道有用，也都知道有意识的收集，但是，数据的价值在于哪里，不在于你能收集多少，而在于你能应用多少，但是，想应用好这些数据，前提是你得知道产品管理的每项工作都需要什么样的数据来做支持，这是第一点，第二点是，我们也知道，我们做的每项工作并不是独立的，而是有着直接或间接的关系的，这也就给了我们一个更高的要求，就是必须知道通过什么样的逻辑，形成什么样的模型，从而把这些数据运用起来为我们的产品管理工作提供有力支持。

按照我近几年的琢磨，感觉产品管理工作中至少有 80%的工作是可以形成模型的，关于这个，就不是本文要讲的了，以后再说吧。

第五篇

今天是最后五个问题了，各位上眼！

问题 21: 你最大的成就是什么？ (What has been your greatest achievement?)

对于性格普遍内敛的国人来说，可能在看到这个问题的时候，心里多少有些迟疑，这种问题怎么回答才能既很好的说明了自己的成就，又不会让面试官感到自己过于张扬。

不过这可能是我这样的 70 后普遍存在的心态，对于 90 后，甚至 95 后的年轻朋友来说，或许这个问题正是他们更好的表现自己的时机。

那么，这个问题怎么来回答最为合适呢？

你可以这样来说：

<http://www.chinapm.com.cn>

中国最专业的全行业产品经理学习平台

所有文章均为 UCPM 原创，可以下载、分享、传播，但请注明文章来源

我认为我最大的成就就是在我期望的时间内实现了产品既定的目标。

我曾经负责过一款XXX产品,当时公司对这款产品制定的目标是一年内要拿下市场6%-8%的市场份额,原因在于当时在这个产品的目标市场内,已经有一款占据了90%以上市场份额的产品,我这个产品作为一个新进入者,想从这个已经被垄断的市场中拿下一部分市场份额,无疑是非常难的。

但是,我和我的团队还是努力制定出了合理的产品竞争战略,在一年的既定时间内拿下了接近10%的市场份额,超额完成了公司对我们这个产品既定的目标。

其实说到这里,也差不多就回答了这个问题,但是我们得想了,当你说到这里的时候,作为面试官有很大可能会对你所采用的竞争战略有兴趣,说不好对方会问你,因此,你最好也做些准备。

如果对方继续问道,“你能否简单说一下你的竞争战略是怎么设计的”,那么,你可以这样来回答:

我们在设计竞争战略的时候,对那个竞品做了充分的分析,认为竞品有三个竞争优势是我们短期内无法赶超的,第一个是品牌影响力,第二个是产品力,第三个是营销力,因此,我们基于自己产品的实际情况,设计了我们的竞争战略,整体说来,我们认为我们可以在三个方面避免和竞品的直接对抗,第一个就是在产品上,在保证基本功能和竞品一致的情况下,我们首次加入了真人发音这个特征,第二个就是在定价上,我们采用了“低价策略”,当时竞品卖49元一套,我们的第一个版本只卖29.9元一套,第三个就是在营销上,采用了捆绑销售的策略,把我的产品和公司的同品类的优势产品进行捆绑销售,总之,我们的竞争策略的核心原则就是:花更好的钱,享受更多的体验。

我们都知道在面试的时候,很多时候会被问到一类问题,就是让你说说你以往的业绩如

何，其实这个问题就是这类问题的变种，让你自己评估一下自己最大的成就是什么。

当然，作为产品经理，最大的成就是什么，就是把产品做好，实现了既定的目标，当然，大家要注意一点的是，这个问题尽管问的是你的成就是什么，但依然不能虚头巴脑的回答，依然需要通过一些直观的数据来支持，千万不要出现这样的回答：我认为我最大的成就就是做了一个伟大的产品。

啥是伟大的产品，改变了社会，还是改变了人类，我们不否认有这样的产品，但是你做的肯定不是，我们还是用业绩数据来说明的最好。

问题 22：什么让你真正生气？（What makes you really angry?）

让产品经理高兴的事不多，但是让产品经理生气的事那可就多了，我想随便一个朋友都能随口说出个十件八件来。

因此，这个问题我想大家应该是张嘴就来，但是，我还是要强调一点，就是我们在回答这个问题的时候，一定要站在公司大局和利益的角度去说，千万不要带有个人情绪在里面。

之所以这样说，是因为有些面试经验不太足的朋友，在回答开始的时候还能保持的不错，但是说着说着就不由的想起了哪些掺杂有个人矛盾在里面的事，于是回答就成了一场控诉。

因此，我们在回答这个问题的时候，一定要在内心时刻提醒自己，不是控诉，不是控诉，不是控诉。

那么，怎么来回答呢？我们可以这样来回答：

在以往的工作中，让我生气的事其实有很多，但是我作为产品团队的带头人，会对两类事情比较关注，如果这两类事情做的不好，我会非常的生气。

一类事情就是在工作的执行过程中，我的团队成员磨洋工，效率不高，我记得我曾经在过的一家公司，我的团队成员就普遍存在这样的情况，在工作时间，一些成员不认真工作，

把大量的时间浪费在了和工作无关的事情上，但是等下班的时候，这些成员就开始装出努力工作的样子，开始加班，为什么呢，是因为老板就喜欢加班的员工，这些成员之所以这样做，就是为了表现给老板看。

第二类事情就是在确定了产品方向，并传递给团队成员后，在执行的过程中依然不能按照计划来做，而是经常在不经过审批的情况下随意变动计划，经常会造成整个产品在发展过程中面临许多风险，是的，我承认计划肯定是在执行的过程中会有所调整，但是公司的制度明确规定，计划的变动是要提前申请并审核后才能调整的，但是这种无视制度的工作行为确实对产品的发展造成了极大的困扰，因为这会影响到产品是否能够按时按质按量的实现既定目标。

因此，如果在这两类事情上出现不好的情况，会让我非常气愤。

当然了，和上一个问题一样，面试官很大概率会问你，你是如何处理的。

那么，你可以继续这样说：

在意识到这样的问题后，我也和公司高层多次反映过，并提出了自己的方案，比方说，针对出现的第一类问题，我的方案是采用按日工作时间进行成果统计，比方说，按照开发进度和目标的计划，每个开发人员需要在当日完成什么样的成果，如果按以前的考核制度来，我们只会在每周进行汇总，但是我想的是要在每天下班之前就要进行汇总，看在工作时间开发人员是否在按照计划来，通过这样的汇总，就会发现计划和实际之间的差距，当然，在开始的时候，有些开发人员不太习惯，但是还好的是，公司高层在力推这个方案，在经过一段时间的运行后，效果逐渐显现，工作日的产出成果和质量都有了明显的提升。

因此，关于这个问题，大家只需要做好两个准备就行了，一个就是不要掺杂任何个人感情的描述让你生气的事，二一个就是要说明这些事为什么会让你生气。

问题 23: 描述你的一个失败。如果有机会, 你会如何避免这个失败? (Describe one of your failures. What would you do differently, given the chance?)

在我看来, 这道题让你描述一个失败, 要比让你描述一个成功简单的多, 毕竟对于很多产品经理来说, 能在自己的职业生涯中做成 2-3 个成功的产品就已经是非常不错的了, 而这些成功的背后可能是无数次的失败铺垫的。

因此, 如果大家遇到这个问题, 那么, 前半部分其实是很容易回答的, 并且这个部分的问题也不是让你描述一个失败的产品, 而是一个失败, 也就是说, 这个失败可以是你在做产品的过程中, 任何一个导致你产品出现问题的失败事件。

例如, 你可以这样说:

我印象比较深的是我在 XXX 公司负责 YYY 产品时的一次失败, 当时我在制定产品路线图的时候, 其中需要我对未来市场的发展趋势进行分析, 要为我这个产品的未来发展找到一个方向, 当时我查阅了大量相关的第三方的数据报告, 这些报告都指明随着 ZZZ 产品的发展, 会直接带动我们这个产品的市场需求量, 因此, 我就建议公司要把产品的发展重点放到这个上面, 但是让我没想到的是, TTT 的产品发展超出了我们的预料, 似乎一夜之间就成为了主流的移动终端, 而我们在 ZZZ 产品上的投入几乎都打了水漂, 这直接造成我这个产品失去了进入主流移动终端市场中的先机, 尽管我们后来采取了一些补救措施, 但是依然于事无补, 并且我负责的这个产品还是公司的核心产品, 只是因为我对未来趋势的误判, 不但伤害了我这个产品的持续发展, 而且还给公司造成了可以说是致命的影响。

我想, 像这种一招失误全盘皆输的情况, 大部分的朋友都有体会, 没有找到刚性需求, 没有清晰客户类型, 缺乏有竞争力的价格, 自以为是的 product value, 糟糕的成本控制等等, 你只要说明就可以了。

难的是这个问题的第二部分，如果有机会，你会如何避免失败。

对于面试官来说，这个部分的问题是想获得什么信息呢，其实就是想看看你是否对曾经遇到过的失败有所反思，并悟出一些产品管理中的工作道理，简单说，也就是面试官想知道你在后续的工作中会如何避免类似的失败。

例如，你可以这样说：

通过那次失败，我就一直在思考一个问题，作为产品经理，是不是需要唯数据论，经过我一段时间的反思，我个人认为作为产品经理，既不能唯数据论，也不能唯经验论，数据只是已经发生的客观的存在，但现状能否投射到未来，这很大程度上需要经验和非量化的信息作为支持，但是，个人经验太具有个性色彩，这就需要收集更广，更多的资料来辅助判断，也就是说，作为产品经理，不能只盯着自己这个领域的发展，还要了解更多看起来没有关系，但是却很有可能会对自己的领域产生关键影响的相关领域，如果能够有重来的机会的话，我想我会这样去做，第一，我会收集更多的和我这个领域有直接和间接关系的数据来评估已经出现的情况，并从这些情况中尽量寻找一种可能性的趋势，第二，我会成立一个趋势分析小组，因为我个人的经验毕竟有限，需要集体的知识和智慧来共同作出分析，当然，我也知道，对于未来趋势的分析并不是一件容易的事情，但是，作为产品经理，我唯一需要做的就是尽量能够指明一个大概率的趋势，即使趋势并非如此，我也希望能够把风险降到最低。

问题 24：你在什么上是充满热情的？（What are you most passionate about?）

刚看到这个问题的时候，我多少感觉有些虚，啥让我充满热情呢？

想了想，如果只从工作上说的话，就是一听到放假或者涨工资的时候我充满热情，当然咱们又不傻，肯定不能这样说（当然了，如果你能遇到一个比较个性的面试官，或许这样回答会有出乎意料的结果，不过概率太小，还是不要尝试的好），不过，咱们应该把思路再放

的广一些，毕竟这个问题并没有限制在只是工作上。

但是，咱们自己还得有些限制，既然你面试的是产品经理，那么，面试官问你这个问题，很可能情况还是想听听你作为产品经理，在工作上，生活上有哪些让你充满热情的事情是和你的产品管理工作有关的。

工作上有哪些热情，不同的朋友肯定有不同的认识，我只说说我个人的感受啊。

例如，我会这样回答：

我认为产品经理应该对自己的工作永远保持饱满的热情，当然，最让我充满热情的是什么呢，就是我写的 BC（商业方案）获得了高层和团队的认可，并通过了评审。

为什么呢？这是因为这预示着我对新产品的想法获得了共识，意味着我能够把我的产品再向前继续推进，也意味着我之前所有做的努力得到了大家的认可，这就如同我和我的女朋友在谈了一场很长时间的恋爱后，终于要迈入婚礼的殿堂了，当然，我也知道，我应该把这种热情长久的保持下去，投入到后续的工作中。

以上是工作上我个人的想法，那么，生活中呢？

例如，我会这样说：

让我充满热情的事情是什么呢，就是当我看到一个事情的时候，比方说我看到 XXX 公司发布了一个新产品（不一定是你这个领域的产品啊，任何产品都行），我会把自己代入到那个公司的产品经理的角色中，去反推这家企业为什么要推出这样的产品，我会用我的专业知识来进行分析，比方说这个产品的目标客户是哪些，要解决哪些现实的问题，产品该怎么设计，营销应该如何去做，推广应该如何去做，定价是否合理等等，之所以认为这是让我充满热情的事，是因为我认为我不能把自己的视野限制在自己的领域中，生活中成千上万的产品，其实都是我可以学习和借鉴的案例，通过这种形式，我可以锻炼自己的思维，了解不同

的领域，这对我个人的成长是大有裨益的。

这样说，其实言外之意就是告诉面试官，让你充满热情的事就是不断地学习新的东西，我想正常的面试官是都能明白你的意思的。

其实回答这个问题，只需要把握住一个原则就可以：无论你说哪些让你充满热情的事，但最后都尽量要切到产品管理的工作上，这个切入点可以是直接的工作，也可以是促进你工作发展的其它事情，千万不要稀里糊涂的说一堆自己都说不清的事情，简明扼要的说明即可。

问题 25：你为什么想在这里工作？（Why do you want to work here?）

这个问题其实就是“你为什么要选择我们公司”这类问题的变形。

为什么要应聘这家公司呢？工资高？福利好？美女多？氛围轻松？想镀金？制度规范？这些都可以成为你选择这家公司的原因，并且实话实说，这些原因还真的是大部分朋友（包括我在内）心理真实的想法。

但是是不是可以直接说出来呢？我觉的得看情况，什么情况呢？

就是看前面的问题你回答的如何，如果到这个问题（一般也是最后一个问题），你感觉你和面试官聊的挺惬意的，双方之间的交流也是坦诚、公开和轻松的，那么，这个时候你其实是可以多少带点玩笑的意味来说的，毕竟到现在，双方也都有些累了，适当来个幽默，还可以显示一下你的情商水平。

比方说，你可以这样说：

和您这么说啊，我今年 29 了，还一直是单身，我听说咱们公司的客服部门美女众多，我就想了，是不是可以在做好工作的时候，捎带把我的个人问题解决一下。

各位，如果遇到这个问题，你可以这样回答一下啊，不过要是出了啥问题，别找我啊。

因此，咱们正常的回答应该是什么呢？

我就说一个我医疗行业的朋友和我说的吧，他是怎么选择某家公司的呢？

他是这么说的：

我之所以选择贵公司，是因为我在面试之前就充分了解了贵公司的情况，主要是企业发展方向方面的，因为在我看来，一家公司是否有前途，要看这家公司是否有野心，我在这个行业经历了很多了，发现很多公司都普遍有小富即安的心态，做到一定规模后就失去了聚焦，而贵公司不是这样，我从贵公司发布的战略目标上看，贵司不但没有失去焦点，而且还制定了一个更宏伟的目标，这个目标在咱们这个领域中，一旦攻下，就是一次涅槃啊，我希望我能加入贵公司，和大家一起拿下这个目标。

看看人家这说的，简直是教科书级别的回答，一方面赞赏了求职公司的实力、水平和理想，另一方面也再次强调了自己不是无能之辈，是有志向的，不是要做混的产品经理，而是希望能够和公司一起继续挑战更高的目标，在成就公司的时候同时成就自己。

你说，如果面试官听了这个，是不是满心的欢喜啊，尽管有些恭维的意味，但却是恰到好处，让人听起来就是那么舒服。

好，到这里，整个系列就算结束了，最后总结一下，产品经理在面试的时候，不管遇到什么样的问题，都要牢记三个原则：

1、要强调事实和逻辑：如果涉及到事实的，比方说和你曾经的业绩有关的，那么一定要用事实说话，别编，很多行业其实圈子很小的，一查就知道了；如果是涉及到思路的，比方说和你的某项工作有关的问题，那么，你一定要有很强的逻辑来进行说明，因为我还是那个观点，产品经理的工作其实都是一环套一环的，逻辑性很强的，在你回答某个相关问题的時候，可能会牵扯到另一个工作，这种强逻辑的表现会让面试官认为你确实是有经验的。

2、努力创造一个轻松和正常的氛围：面试不是提审，真的没必要过于严肃，本来就是双向选择嘛，我就想起我曾经的一次面试，最终我和面试的大哥都开始探讨产品管理了，整整聊了一个多小时，尽管我最终没去这家公司，但是我却和这位大哥成了好朋友，给咱们联盟也提供了不少支持，产品经理要是不会聊天，还真的是不行。

当然，你也不要指望面试官会主动给你创造轻松的氛围，你得找时机来创造，具体怎么操作呢，说起来其实也简单，就是看谁最终能掌握面试的主动权，你掌握了主动权，很有可能就打乱了他的计划，甚至面试问题都会根据你的引导来了，再加上时间有限，到最后如果你能给面试官一种意犹未尽，还想和你聊的感觉，那么，这可以说胜算很大了。

我和那个大哥就是这么成为朋友的。

3、如果说不出答案，千万不要说“不知道”：面试最怕的就是一个问题把你卡住了，憋了半天，说了个“不知道”，或者说了一堆跑题的答案，这简直就是浪费面试官的时间，直接扣分或者 PASS 掉了。

那么，如果遇到这种情况该怎么办呢，把握住一个原则，就算你不知道确切的答案，但是你要说出你会通过什么样的思路和方法来找到答案，你把答案的寻求过程说一下也总比你半天说不出个长短要强的多啊，尽管从本质上说，都是“不知道”，但是哪种扣分少呢，显然是后者，两害相权取其轻嘛。

好了，25 个问题，写了快 28000 字了，之所以写这么多，就是想希望通过我个人的一些观点和经验，让正在求职中苦苦挣扎的朋友们能够更专业的去应对每一场面试，不过，我还是得强调一点，我写的这些可千万别照搬，主要是借鉴思路和策略，要是哪位朋友照搬出了问题，我可不负责任啊。

不过话又说回来了，我们练的专业了，那么，一个问题出现了，面试官呢？他们是否专

业呢？

因为我知道在很多公司，所谓的产品总监、产品部主管，其实对产品管理的理解甚至还不如面试的朋友，很多人只是因为资历被调到产品部的，如果让他们来面试专业的产品经理，那能好好面试产品经理吗？

我看，难！