# 产品专员工作总结范文800字

来源：网络 作者：落花成痕 更新时间：2024-06-16

*当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做工作总结。准备了以下内容，供大家参考!>【篇一】　　药品...*

当工作进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做工作总结。准备了以下内容，供大家参考!

>【篇一】

　　药品外包装作为药品不可分割的一个组成部分，正越来越受到人们的重视和关注，国际发达国家中，各种包装材料和包装方式不断发展变化，药品包装占到了药品价值的30%，在这样的潮流下，我联合也将与明年施行改革，用机器自动化代替传统手工包装，我在激动的同时，越发觉得很有必要在这个新老交替的时刻，好好对迄今为止我们所遵循的工作体系进行总结归纳，扬长避短，为明年的机器大生产做好准备。

　　一、恪守自己的岗位职责

　　1、车间主任领导下负责产品的包装和输送工作；

　　2、上岗前按“一般生产区更衣规程”着装穿戴，并做好操作前的一切准备工作；

　　3、严格按岗位操作法操作，做到批号、有效期准确，不得有差错；

　　4、上班时间，不得串岗、离岗，不得做与本岗位无关的事务，不得擅离岗位；

　　5、班前班后，包装前后均应核对品名、规格、批号、有效期等，不得有误；

　　6、包装过程中有检查包装产品清洁程度、密封性等外观质量的责任，对分装不合格的小包应予挑出，保证包装合格品；

　　7、包装过程中有检查装箱材料及包材外观质量的责任，对不合格的包装材料应挑出，如数量较大应停止生产，并立即向车间主任报告；

　　8、认真如实填写操作记录，不得随意更改，保证包装合格产品方可入库；

　　9、生产结束或更换品种时，及时做好清洁卫生和清场工作，并认真填写清场记录；

　　10、负责本工作区域生产设施，设备的监护、清洁和申请维修；

　　11、积极提出合理化建议和意见、提高和改进产品质量的责任；

　　12、遵守车间和工段制度，遵守劳动纪律，做好本岗位工作；

　　13、完成好上级领导交给的临时工作。

　　二、熟悉自己的生产程序

　　1、打码：依据批包装指令，操作喷码机。设定批号、生产日期和有效期、箱号，对小中盒、标签进行打码操作。要求：打码前复核所打包材数量、外观质量；打码过程专人复核；打码字迹正确、清晰，无模糊、打斜、打印不全及漏打现象；并负责包装结束的补码工作；

　　2、复核：对内包装的药品进行复核。要求：囊泡成型良好，无空泡，泡内无药粉或其他异物，胶囊无瘪囊、烂囊、沙眼等，药片无叠片、残片、缺角、花斑，药板冲切位置适中，热封良好，批号打印正确清晰。药瓶标签粘贴牢固、位置端正，无误后方可进行外包装；

　　3、装小盒：检查说明书、小盒的外观质量及打码情况；将复核后的药板按要求用折好（纵向左右对折字迹在外）的说明书包住装入小盒。将盒口封号，整齐的叠放后传送到下工序；袋装药品则将热塑好的药品按规定数量装入塑料袋中，放入标签，封号袋口后传送到下工序；瓶装的按规定数量放入盒中传送到下工序；

　　4、装箱：将分好的小盒按规定方向和数量按相同方向放入纸箱内，按包装规定要求数量放满，确认数量后，放入合格证，并且上下各放一块垫板，并负责协助打码人员对每件成品的补码工作；

　　5、打包：封好纸箱，按要求操作打包机。要求打包美观大方，松紧适中，打包带两侧边距相等，且不反打和打破纸箱，打包后码放整齐。并负责纸箱装箱前的文字复核及批号、有效期等的打印。

　　三、提升自己的业务技能

　　1、对现有设备的更深入了解：对于喷码机，半自动打包机，封口机的日常使用，要想保证工作效率，获得的经济效益，关键在于每一个员工都正确使用和精心维护所使用的设备，减少设备的故障，减少设备的应急维修量。应该做到“二好”、“四会”：三好管好、用好、修好

　　（1）管好设备：操作者应负责保管好自己使用的设备未经批准不准其他人操作使用；

　　（2）用好设备：严格遵守设备操作规程正确使用、认真填写规定的记录。四会会使用、会保养、会检查、会排除故障⑴会使用熟悉设备的性能、结构、工作原理学习和掌握操作规程操作技术熟练准确；

　　（3）会保养学习和执行维护、润滑的要求按规定进行清扫、擦洗保持设备及周围环境的清洁；

　　（4）会检查熟悉设备结构、性能、了解工艺标准和检查项目根据点检的要求对设备各部位技术状况进行检查和判断能鉴别出设备的异常现象及发生部位找出原因能按设备的完好标准判断设备的技术状态；

　　（5）会排除故障设备出现故障能及时采取措施防止故障扩大能完成一般的调整和简单的故障排除。

　　2、对将要投产的设备做好信息收集和整理，做到心里有数：在网上进行文献检索，对相关设备都有所涉猎：如透明薄膜六面体折叠冷包装机是以bopp膜为包装材料，将被包装物形成三维六面体折叠封包的中包设备。小包装盒经输送，堆垛（按要求的的形式和数量），裹膜和折叠包封形成一中型包装。为后序的装箱工序做好准备。由于本设备没有热收缩包装机的热封烘箱将被包对象整体加热，而采用局部点瞬间低温封包，不会使盒内包装物产生温度变化，相对而称之为冷包机。可替代热收缩包装机。多了解相关设备和原理，多思考各种优劣，触类旁通，为明年新机器更快更容易的上手打下基础。

　　明年是充满希望的一年，我相信在公司领导的教导和自己不懈的努力下，我会勤奋的工作，刻苦的学习，努力提高文化素质和各种工作技能，为了单位的发展做出的贡献。

>【篇二】

　　工作已经将近半年了，一直想做一个总结。于是有了这篇文章，记录了我作为产品专员的经历。其中包含了一个产品从0到1的工作内容和自己的个人总结。觉得一个产品的从0到1就像建立一栋大厦，一砖一瓦都是这个大厦的一部分。产品也一样，有许许多多细小繁琐的工作。

　　一、需求调研

　　经手产品的第一步就是进行需求调研，一般会花近一个月的时间在业务部门对业务进行深度的了解与分析。

　　如果是产品重新开发，那么首先做得是对现有系统进行调研。针对当前系统中存在的缺陷与不足进行优化，并提出解决方案。对现有系统调研主要采取了以下几种方式：

　　1、时间观察并记录业务人员操作系统的过程，并在业务人员进行工作的时候与之交流，找出产品还不尽人意的地方。

　　2、自己亲自操作系统，完成相关的业务，记录下自己在操作过程中的体会。

　　3、业务人员在不操作系统的环境下进行对话，记录他们自己对系统提出的需求以及自己的其它想法。这一步是对直接需要操作系统的业务人员进行调研，找出他们在使用现有系统过程中体验不好的地方。

　　4、然后，在此调研的基础上与管理业务人员的管理层进行对话，主要想获取的信息是从他们角度系统需要满足他们的哪些需求，以及他们怎样能更方便地通过系统管理业务人员，实现业务的分配和高效地完成相关工作。

　　5、同时，在调研过程中更加重要的一点是产品需要和公司的战略规划同步。而公司的战略规划与业务息息相关。传统企业都是业务催生需求，然后将需求传递给开发部门，开发部门进行研发以支持业务部门。

　　一个新型的互联网公司，做产品的思路与方法与传统的企业有些不同。先确认公司的战略规划，依据公司的战略规划与得到的需求调研结果着手进行产品设计与开发。

　　所以需要多次与管理层对话。如果需要闭门会议也必不可少，旨在会议结束后能确定明确的产品方案与战略规划同步。除此之外，也是为了产品需求调研的顺利进行以及大家能够更好地对产品进行认知。定期的跨部门会议也是需求调研的一种方案。多次的会议才能让需求调研落幕，确认大致的产品方案。

　　需求调研结束后就需要产出一份MRD来对之前收集的信息整理。MRD里主要陈述三个内容。要做什么？为什么做？怎么做？MRD内的所有内容都是围绕着这三点而展开。项目的立项需要MRD经过上级的同意后才可以进行。一般花一周左右时间做MRD，然后进行MRD的评审会议。

　　在MRD中还有一个很重要的内容，即是该产品开发需要投入的资源到底有哪些。在MRD中一定要明确地提出自己所需要的资源。公司的资源都是有限的，不论是人力资源还是硬件资源，永远都是不够的。所以要为自己的产品争取资源。要正确地评估产品开发的工作量，然后索取对应的资源。不能在资源不足的情况下进行产品开发，如果因资源问题，产品延期或者产品质量不过关，那么上级看到得只会是因为自己的能力不够而没有完成产品的开发。

　　二、产品设计

　　后台产品/B端产品，与C端产品有着非常大的差异性。C端产品因为面向对象是用户，所以非常注重用户体验、交互设计以及视觉设计。C端产品需要在细节上进行不断打磨，并且需要对用户的心理进行精确的捕捉。除了产品本身以外，还需要考虑许多外部因素，如竞品、政策、技术等。C端产品中另一个重要的角色——运营，在后台产品中也得不到体现。往往只需要产品经理一个人就可以代替相关的工作。后台产品更加看重的是产品能够清晰地体现业务逻辑，功能能够满足使用者的需求，首先强调的是产品的可用性，其次是产品的易用性。产品设计的过程当中分了三大步骤。

　　1、业务逻辑梳理

　　需求调研与分析完成后，就是自己对内容的消化和吸收。要想设计一个产品首先要做的事情是自己先清晰地理解一个产品。只有自己理解了，才能更好地推进产品进行开发。

　　先梳理清楚线下的业务流程。将线下的业务流程梳理清楚以后，然后才是对产品的思考。在进行业务逻辑梳理的时候我使用了三种工具。状态图，流程图，泳道图。为了理清业务逻辑我花了很多时间去画流程图。

　　有些人觉得花这么多时间画图会浪费很多时间。我觉得仁者见仁智者见智了。对于我个人而言，每天捣弄这些图，会很快加深我对产品的理解。特别是在业务比较复杂，而且之前又完全没有接触过相关方面知识的时候，仅靠大脑很难有清楚的思维，但是图形化后却能很好地理解。在业务整理上多花点时间整理，我觉得是很有必要的。

　　2、产品梳理

　　梳理好线下的业务逻辑以后，要将它抽离搬到线上。这个过程，可能会删除掉某些线下的环节。所以要针对产品重新书写流程图。依据产出的流程图基本上就可以大致确认产品的功能点，确认好所有功能点产出功能列表后就需要引入角色，将每个角色与功能进行对应。接下来就是搭建页面架构。先搭页面，再确定页面内的功能，最后细化页面内的信息。在原型出来以前，可以拿产品架构图先和别人进行一下交流。产品架构图相较于原型图，与数据库的设计思想比较一致。而原型视图化后，对于数据库设计却反而变得抽象了。另外，产品架构图修改较快捷，返工成本相对较小。

　　3、原型设计

　　产品梳理好以后，就要开始搭建原型了。原型就是将之前分析的结果通过具体的视觉展现向别人描述自己思考的过程与内容。绘制原型，先确定通过的模块，页头、页尾、一级导航、二级导航……根据不同的产品选择合适的布局。再讲产品架构图中的内容填充到页面内，并加入文字说明操作。最后对产品的细节加以说明，相关的文案、页面寄到、反馈提醒、交互方式……细节内容可以直接在产品原型页面旁边进行注释。

　　产品设计的内容需要囊括在PRD中，为产品的开发提供详细而明确的信息。更像是一份产品阶段就暂时结束了。之后就是与开发沟通，推动产品一步一步往前走了。这个过程中，可能会有许多需求变更和返工。要有充足的耐心慢慢解决问题。

　　产品设计完成的产出物为PRD。PRD更像是一个产品字典，独立于原型外，而又包括原型。PRD的作用就是为了能够让产品开发人员能够正确地理解产品然后进行正确的开发。

　　PRD中除了产品设计的内容，还需要有的内容是产品的规划。产品的总体目标是什么？为了完成这个总目标需要分几步，每一步骤完成的标志是什么？这和之后的项目排期息息相关。项目开发的进度、人员分配以及项目的优先级定义都会依据产品规划进行。

　　PRD撰写完成后，就需要进行PRD的评审会议。PRD评审会议需要参与该项目的各个团队的核心人员。包括设计部门的Leader，前端的Leader，后端的Leader，测试部门的Leader，项目的发起人，项目的审核人，以及和此项目相关的其它产品负责人。如果有Leader无法参与会议时需要该Leader指定人员代替参加。

　　在PRD评审会议中，由产品经理对PRD进行讲解。在产品经理讲解的过程中，与会人员有任何疑问都可以提出。PRD评审会议上的主要目的是让大家对产品达成共同的认知。如果与会人员没有任何异议，即表示PRD审核通过。之后再有任何问题需要直接寻找产品经理沟通。评审会议中，各个Leader就需要进行资源的分配。各个部门的资源由各个部门的Leader进行分派。资源分配完成后，产品经理特别需要注意的地方就是定下产品开发各个阶段完成的时间，以保证产品开发的进度。各个Leader确认好资源分配与定下产品开发节点的时间后，PRD的评审会议就算告一段落。

　　PRD结束后，就正式进入产品的开发阶段了。

　　三、项目管理

　　在产品开发阶段中，产品经理要承担一个重要的职责，即是项目管理。项目管理是产品开发中非常重要的一部分，它影响到的是产品开发的进度、产品开发的质量、团队成员的精神状态。所以项目管理其实分了两个部分，第一个就是团队管理，第二个是项目进度管理。而这两者又相互影响。

　　很多产品的开发都采用的敏捷开发流程。在敏捷开发流程中特别注重的是对团队的管理。这个过程中，要让每一个参与开发的人员理解了他们参与开发的产品具有什么价值，让他们知道，这并不是单纯的码代码，而是为了解决实际的问题而进行的工作。他们在键盘上敲出的每一个字母、数字与符号都存在意义。大家有了共同的奋斗目标后，项目的开发进度会按照之前绘制的甘特图顺利进行。然而在实际的项目开发中，产品往往会因为各种原因延期。其中一个的因素就是业务部门的需求产生变动。这时候需要产品经理具有强大的沟通能力以及产品规划能力去协调开发与业务需求之间的矛盾。

　　很多时候，业务部门觉得技术部门永远无法满足他们的需求，导致很多客户因此丧失或者影响正常工作。而技术部门又会觉得业务部门提出的很多需求都是无理取闹。两者站在不同的角度去看待对方是产生矛盾的根源。矛盾是否具有可协调性，就是产品经理需要深度考虑的问题。终于到等到产品开发完成了。但是实际的产品开发还远远没有结束，产品的生命周期才刚刚开始，第一版本的上线产品会存在很多不足的地方。还要根据之前的产品规划不断地进行迭代以优化产品与跟战略规划和业务线同步。只要产品的周期没有达到终点，产品经理就不能有一时的懈怠。

　　四、产品工作的收获与体会

　　虽然工作不久，但我对产品这一职位有了更加深刻的认识，也对产品开发流程有了较为清晰的认知。每个公司对产品的认识都不一样。每个人对产品的认识也不一样。产品的作用除了在于产品的策划与设计外，更重要的是要充分调动团队成员，发挥团队的作用，并推动项目顺利前进，解决项目开发过程中遇到的问题。短期的工作中，对产品设计、需求、团队管理和自我都有了新的认知。

　　1、对产品设计的认知

　　PRD一定要详细和完备。如果有开发人员看了PRD还是不知道该如何做，那么就是产品自己撰写文档和设计上出的问题了。当然，并不是所有问题都能通过文档和原型解决，口头上的交流也是有必要的。其次不同阶段，产出的原型图也是不同的。MRD只需要产品的大概框架，产品业务上的细节信息不需要在这时体现出来。而PRD产出时，需要在原有原型上进行迭代。不要在原型设计上主观地加入自己的UI设计。

　　第一，限制别人思维与影响别人工作。自己不是交互也不是前端，也就是说并不是专业的，会对团队其它成员的开发和设计造成影响。

　　第二，耽误自己时间，色彩与交互的应用会使工作成本加倍，占用自己大量的时间。而实际上起到的作用并不大，甚至是负面影响。如Axure有自带的button，就不要自己用矩形做。做出来的效果不一定好，也容易使其它人产生误解。按钮用按钮，文本用文本。原型重要的是简单明了，逻辑清晰。

　　对于产品而言，时间是非常宝贵的东西。原型越简洁，修改起来，成本就越低，越能提升团队的工作效率。同样在原型迭代的时候也能节省不少的时间。原型不是目的，只是过程。只要能将自己的意思传达清楚，手绘图也能解决问题。

　　2、对需求的认知

　　什么才是用户真正的需求？需求评审的时候，团队其它成员提到了很多的需求。我们也讨论了很久，如何在现有流程解决这些需求，技术难点有哪些。等到最后总结时才发现，很多需求其实都只是伪需求。反而还将产品功能砍掉了一些。用户往往不能明确的表达自己的需求，传递给我们时也许我们理解上会有偏差。所以我们要多想一下，看清楚用户真正需要的东西和要解决的问题是什么。

　　微信产品经理Kant将需求的本质理解为“动机”。和最近看的《精益创业》中提高的“五个为什么”会议非常一致，比找到问题和解决问题更加重要的是探索问题发生的原因。追根溯源，直到触碰本质。最可怕的事情是全身心地投入到一件毫无意义的事情而且自我感觉良好。其实，很多时候我们都在做无效需求，只是自己并没有意识到。需求分析时要透过表面，看到用户真正需要的东西到底是什么，再去提出解决方案。

　　产品快速进行迭代开发，一是在迭代过程中，对需求有更好的理解，二是减少产品维护的成本。除了产品本身外，市场变化的速度实在太快了，也许只要慢一步原有的市场就会被其它产品占领。

　　3、对自团队管理的认知

　　产品经理要需要管理好团队就需要具备一定的无授权领导能力。这种无授权领导能力来自于多方面。言表达能力、产品规划能力、逻辑思维能力、思想高度等多种因素让一个人具有人格魅力。我所在的公司，熊叔是第一个让开发与产品在产品立项时，同时主动鼓掌的一个人。其原因在于熊叔将业务需求与产品需求进行了很好的融合，让大家认识到自己所做的不是枯燥无味的写完一段代码，而是在不断地贴近我们要实现的最终目标。团队管理时，要让每一个人意识到自己和自己所做的事情是有价值的。有了这一点，之后的开发大家的积极性和心态都会发生变化。而这仅仅是因为一个人半个小时的产品讲解。用心去触摸产品，用心去传递产品。才会让一个团队更加高效地发挥价值。

　　4、对自我的认知

　　仔细回头看一看，最开始设计的原型与上线的产品差了很远。经历过才明白，需求万变，努力不变。随着需求的不停变更，产品的形态也在不停的变化。在不停聆听需求的同时，有点变得为了做产品而做产品。有点忘记了最初的战略规划与解决的主要问题。

　　每一个人都有一个定位，这个定位来源于对于自我的认识。有的人深谋远虑，擅长指点江山，站在战略的层面对产品的全局进行规划。有的人心思缜密，更加适合在既定的目标之下对每一个细微的模块进行布局。在众多纷繁的任务中保持清醒的头脑是一件十分不易的事情，并且在高强度的精神压力下同时准确无误的把握每一个产品的进程更是一件不易的事情。看一个人在工作上取得的成就，除了能力还有态度。我知道自己还有很多欠缺的地方。我会在今后的工作中更加努力，不断地完善自我。

　　不畏惧自己一无所有。不因自己一无所有而陷入迷惘。认识到产品的整体，让自己知道自己懂的真的很少。虚心若愚，求知若渴。如此，我们才能每天都不一样。乔布斯说过大概这样的话，人生是许许多多的点，有一天这些点会连成一条线，这就是你成功的原因。所以我要做到的是将线上的每一点进行拆分，尽力去做好每一点。每一次成功的起步常常看起来都很微不足道。别人眼中流露的不屑与轻视并不会阻碍你前进，而那些爱你的人给予你的力量将支撑着你走过整个风雨飘摇的旅程。

　　社会在不断地发展，时代在不断地进步，尤其是走在社会最前沿的互联网行业更是瞬息万变。不论是市场的变化还是相关技术的变更都对产品的从业之路有着深深地影响。而应对这种变化的方式，只有让自己不断地学习从而跟上每一次变化的步伐，站在时代的浪潮之巅。不断地提高自己思考的广度与深度，寻找到自己能够适应、跟随、引领时代的方式。最后牢记。，方得始终。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找