# 最新IPD培训心得(四篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-08-30

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。IPD培训心得篇一回顾...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**IPD培训心得篇一**

回顾过去与ipd的结缘，心里颇有感触：因为前公司(华为技术公司)的ipd体系已经比较成熟，与工作相关的所有业务活动就是依照ipd的思想作为导向的，所以对运用ipd思想建立的新产品开发流程非常感兴趣，还经常与ipd流程专员探讨开发活动的各个细节问题，尤其佩服这套流程各个节点、活动的逻辑严谨性。

加入我公司前三个月，在开展本职工作的同时发现了公司的产品管理和开发流程存在一定的问题，主要问题总结为以下几个方面：

1. 公司缺乏真正的市场部门，缺乏有效的产品规划，主要以销售机会点为导向做定制项目，公司缺失以市场为导向做产品;

2. 产品开发过程缺乏业务决策评审，技术评审不充分;

3. 需求来源零散，没有统一的需求管理机制;

4. 产品开发流程不规范、不一致，接力式串行;

5. 没有专业的产品经理和项目经理，项目管理比较薄弱;

6. 技术开发与产品开发未分离，技术难点与产品开发糅合在一起;

7. cbb(共用构建模块)较弱，缺乏知识积累及共享机制;

8. 缺乏有效的培养机制，研发人员的职业化素质不足;

9. 缺乏有效的研发考评与激励机制。

结合公司要扩大规模、以及进入欧美市场发展的需求，仔细分析这些问题后，与公司高层达成一致，通过导入ipd咨询来解决公司遇到的困境，我也顺理成章的与ipd的导入和推进工作结合在一起，通过一段时间对ipd咨询公司调研与选型，最终选择了具有十多年丰富理论与实施经验的汉捷咨询郭老师担任ipd导入顾问，随着ipd工作的开展和顾问老师的培训，我也对ipd有了更深层次的理解。

刚开始我对ipd的理解只是一套先进的产品开发流程，相信有部分人也跟我之前的理解一样，其实不然，ipd是一套领先的、成熟的产品开发的管理思想、模式和方法;它的核心思想主要是以下几个方面：

1) 产品开发是一项投资行为

对于高新企业来说，新产品开发不但是投资决策，而且是最重要的投资决策，因为不仅要考虑投入的资源，还要考虑市场机会和企业发展机遇，对于任何一家企业，资源总是有限的，选择a项目往往意味着不能同时选择b和c项目，一定要将资源用于最有前途的市场机会和产品组合上，并要在产品开发过程中设置阶段性的投资决策评审点，及时砍掉不再具备投资意义的项目。

2) 一定是基于市场的创新和产品开发

这与公司的市场导向是不谋而合的。无论做什么样的产品，事先都要充分市场调研，分析市场的定位、动态变化，需求调研的好坏直接决定该产品的成败，ipd强调产品开发流程与市场管理流程有机集成，产品开发的第一步是正确定义细分市场需求和产品概念。

3) 以矩阵式组织结构形成跨部门协同

一个产品的开发流程不仅仅局限在一个部门，需要多个部门的协同努力，ipd中强调建立矩阵式的组织结构组建跨部门团队负责产品开发的决策、规划和实施，依据跨部门流程，通过协同的方式来开展工作，确保沟通、协调和决策的高效。

4) 基于平台的异步开发模式和重用策略(cbb)

异步开发就是将产品开发按照最终产品、平台、子系统、技术分解为不同层次的任务，异步开发所有层次的任务;每个产品都讲究差异化，而ipd所提倡的基于平台的异步开发模式和重用策略是在不牺牲差异化的前提下实现开发模块、关键技术的重用，建立共有的知识库，为产品开发节约更多的时间，以便在较少的时间内做更多有价值的事情，面向市场的新产品开发时，实现“多、快、好、省”地推出有竞争力的产品。

5) 在非结构化和过于结构化当中找到平衡

产品开发是复杂的，因为产品开发人员必须完成成千上万项活动，而这些活动涉及到方方面面、各个部门，如何协调这些活动便成为极其复杂的工作。为了能管理好这些庞大而复杂的活动，产品开发过程必须成为结构合理、定义清楚的过程。但产品开发流程不同于生产流程，具有相对的不确定性，理想的生产是拷贝，产品开发是有限度的创新，ipd流程也应该是有限度的结构化，不能规定得太死、太细。

6) 产品线和能力线并重

产品的开发涉及到多个部门协同努力，而开发的过程又分为好几个阶段，里程碑的完成与否，往往又决定于部门内部的努力，因此在发展产品线能力的同时，提高部门内部的专业领域的能力也是同等重要的。

7) 技术开发与产品开发分离

产品的开发周期很短，若是在产品开发阶段中花过多的精力去解决技术上的难题，无疑会延长产品的开发周期，提高产品的风险性，因此ipd提倡将这些难题以技术开发的形式在产品开发前解决，产品开发则更多的强调运用已开发出来的关键技术，加入一些产品差异性的独特特性，来形成最终的产品。

8) 职业化的人才梯队建设

通过建立资源池运作机制及任职资格认证对员工进行双通道发展规划(管理通道和技术通道)设计，便于公司培养管理人才和技术人才，同时通过对员工的双通道发展方向，完善研发人才考评与激励机制，保证人才的绩效;此外要重视新员工的培养，形成人才梯队，提升研发人才职业素养。

从以上八点ipd的核心思想就可以看出，ipd绝不仅仅只是一套流程那么简单，完全是一套公司的管理体系，涉及到公司的所有部门及人员，每一条核心思想要正真的落到实处又是一项系统工程，而且两两之间又有非常严谨的逻辑关系，这才使得ipd的推行和导入有一定的难度。汉捷咨询郭老师到达我公司后没有立刻的着手ipd的培训及设计工作，而是首先开展充分的调研，这期间开展的工作有：公司内部访谈了38人次，涉及营销、售前、研发、供应链、品质、hr、财务等业务领域，涵盖公司高管层、部门领导、核心员工;查阅和分析了我公司研发管理体系、组织结构、项目文档等;输出调研报告的同时也给出了我公司ipd咨询项目的建议书，计划从以下几个方面建立我公司的产品与研发管理体系：

a. 市场管理与业务规划;

b. 客户需求管理;

c. 决策评审与技术评审管理;

d. 跨部门的产品开发流程;

e. 跨部门的研发项目管理;

f. 公司组织结构设计;

g. 基于矩阵模式下公司绩效管理机制。

可以看得出郭老师这样的设计也完全是围绕ipd的几个核心思想来建立的。

前两个模块是市场管理与业务规划及需求管理，这两个模块就是解决ipd的前两个核心思想，也主要针对公司的市场人员，由于之前主要从事研发工作，这方面的知识只是懂一点概念，但这一次咨询帮我更深刻的理解这些知识，也学会很多分析工具，特别是理解市场做市场评估时，对潜在区域的环境分析从宏观上可以用pest工具;对竞争对手做竞争分析可以采用swot分析工具;对各个细分市场进行战略地位分析时可以从各个细分市场的吸引力和公司在竞争中所处的地位采用span分析工具;对各个细分市场预期的回报率与累计收入进行比较可以采用fan财务分析工具;对细分市场营销目的的确定可以从分析新老产品分别卖往新老市场时采用安索夫矩阵分析工具。需求管理模块则分别从需求收集、需求分析、需求分配、需求实现及需求验证五个步骤进行，也给我们详细的讲解了五个步骤的方法，而且还专题的介绍了$appleals工具的使用。最为重要的是不光从理论上讲解了这两方面的知识，还给我们设计好了业务规划团队和需求管理团队的运作规则，总之这两个模块的咨询使得我收获满满的。

更重要的是，我公司正在郭老师指导下，ipd的核心思想和核心工作方法已经在公司开始使用，并小有成效，通过技术评审发现前期设计缺陷，通过业务决策评审，过滤不好的机会点等等。

作为ipd项目的秘书，以下是我对ipd推进的态度，也自当严格要求我自己：ipd项目的推进就是公司管理体系的变革，变革就是革自己的命，就是要找到自己丑陋的一面，加以改正，这是需要勇气的，但这是企业发展道路的必经环节;ipd变革最重要的变化是思想的变化，要一种激情、创新思想去推行，要有一种自我革新的责任去推行;思想观念先转变，执行力再跟上，我们才能成功;虽然我们目前遇到了困难，但是我们不能放弃，开工没有回头箭，我们要有“商鞅变法”的勇气、要有牺牲在冲锋的路上的精神、要有“变革必胜”的信念、要有“破釜成舟”的决心。

**IPD培训心得篇二**

对于很未接触过集成产品开发(ipd)的人来说，“集成产品开发”这个名词很容易让人误以为是“系统集成”范畴内的事情或工作。事实上，ipd是一个“软件开发管理”层面的概念和方法。接下来的工作与ipd(集成产品开发)有直接关系，但ipd对我来说，完全是一个新概念、新名词、新方法。所以就预先从“概念和理论”层面好好学习学习。

虽然不久会有专业的ipd咨询人员做指导，来推进ipd的进行。但是我还是考虑先预习预习理论知识。这应该是这么多年在workflow领域打拼之后的心得吧：理论很重要，没有理论的盲目实践，指挥大大增加失败和走弯路的几率。——国内开发人员普遍不重视对理论知识的积累，这是一个非常不好的习惯。——当然，对于ipd更重要的是“实践”，这有赖于今后在进行ipd工作中逐步积累方法和方式。

如今，就先理论学习中的心得吧。

当一个企业的产品研发、市场推广、销售渠道、售后支持等方面都具有一定的基础之后，就会面临几个主要问题：

(1)如何更加有效的制定产品定位和战略： 满足客户需求、符合发展趋势、领先竞争对手

(2)如何确保“新产品”从规划、预研、开发的按时、按质的顺利进行;并在预期的时间范围内启动上市、推广、销售策略。

(3)确保产品研发按照市场趋势和需求研发， 而不是“闭门造车、技术探索”。

(4)在企业内部，确保“市场、销售、研发、服务”关键环节的有效沟通。

在企业成长初期，一个产品的定位和战略，可能完全取决于ceo、cto、产品研发经理等少数几个人抉择。这样的抉择符合企业起步发展的阶段性需求(精简、快速出产品)，并带有明显的“技术主导”的影子：研发人员更多的是从“技术实现”角度来看待产品;而市场、销售等部门完全只着眼于自身产品如何“卖好”，因为他们无需也无法干预“产品研发的方向和进度”。

当企业初步成长起来后：研发具有了小规模性，不再是小作坊;市场已经有所基础，开始面对更多的竞争对手;销售已经有客户群基础，面临如何拓展更广泛的客户群;服务体系已经基本形成。——此时，如果企业还依然“以产品研发为主导”的视角来看待产品管理，则会极大的影响企业的发展，甚至因为某些技术或技术人员的变故，造成产品开发的瘫痪。

国内很多软件企业都面临这样的问题，我想也是国内很多软件企业“无法做大做强”的原因之一。很多国内企业，在刚刚有所起步的时候，因为技术核心人员的离职，而造成产品研发的停滞或延迟。——这个问题，并不是ipd所能解决的问题范畴，但或多或少有一定关系——如果企业能够正确的规划产品、规划产品战略，从而会大大提高“研发人员”的积极性和稳定性

**IPD培训心得篇三**

一群慌乱无序的猴儿在牢笼里懒散地寻找着可食之物，也许是漫无目的的打发着无趣猴生;牢笼外若干郁郁葱葱的果树上挂满红彤香艳的果实，然猴儿们却是相视无见，继续梳理着自己形神疲惫的躯体……

五、六年的工作历程给我带来的或许是技术和资历的提升，或许是社会阅历的丰富积累，或许是人生观世界观确立基调。然，总有一个问题在不停闪现：今后目标是什么?今后的打算是什么?我总是支支吾吾无法面对和回答。

这就是我们年轻人的病，不管承认和不承认，它确实我们脑中的一个瘤。

很高兴公司将要花大力气引入ipd(集成产品开发)进行流程建设，也许它就给我们带来了解读和认知人生定位的答案。ipd的概念很庞大，刚刚接受培训，我想我暂时是无法理通概念的;只有先僵化一下基调思想，努力的啃食一遍再说。

公司的大方向概念，咱层次不够，暂且不表;咱就从个人的角度来表一表、念一念。作为一名研发人员，我在进同洲之前，本身做的就是定义化的“产品工程师”，以主导项目开发为主要职责(兼职机械结构设计)，也许是公司很小的缘故，挥舞着老总御赐的尚方宝剑，流程一插到底，工作倒也很顺利，有着相当的成就感。虽然不能直接到客户那里去做市场调查，但是衔接业务和研发的产品部会定时主动的向项目组共享市场变化信息和高层决议方向，使得项目组成员思想基调一致，做事协调性很强。当我带着前公司做事方法“精髓”进入同洲时，我却感觉到了，不是一个“天”，动作起来就感觉到一个字：“累”。本部门几个项目都进展缓慢，进度无法控制，没完没了的电话、邮件、协调会议，却做不出实际有效的事情，得不到好的结果。从当初的信心百倍到后来的怨声载道，得出的结论就是：我可能不能适应公司的组织流程，没有好好的调整好自己的做事心态，适应能力差!这是个悲哀的自我评价。

曾经有一次因某产品物料异常而在供应商那里驻厂几天，物料的异常处理方案由我来总体协调，很多事情穿插着处理协调着(供应商、各部门间)，协调难度很大，思想很疲惫。作为一个研发人员，这些事情好像有点超范围了，从产品项目的角度出发，我个人认为又是合理必要的。有同事善意的提醒我：你想这么多，累不累，这不该想，那不该想，做得没有意义!很触动，当时我已经悲观的认为：我或我们部门的人不去主动的去想去做，就没有其他人或其他部门会主动做这些事情了。当然这是个悲观和太过自我的看法。可是，事实呈现的问题暴露出过程中种.种的缺陷点：产品开发初期缺乏各部门就机参与、基于市场因素的考虑较少、设计验证环节不健全、项目团队协调难等等，造成了产品投产时的异常百出，生产线运行不稳定;单方面的工作热情，能得到的也只是片面的评价;想来这些都是该自责，该给自己抽大嘴巴子反省一下。项目组几乎都是确定在本部门内部，清一色的研发人员，无其他部门的直线参与，客观上造成了兄弟部门不知头尾，接手却不知如何下手的尴尬境地;给项目中各部门间的协调预留下不和谐的隐患。

大家来到一家公司，在挣得一份薪水的同时，做好和做对一件事情是大家最大的目标。现在看来，如何做好做对就是一个最大的问题。满腔的热诚和积极主动的态度是必须的，但却是远远不够的，行之有效的方法和流程才是最佳的基础根本;良好的机制才是激发员工潜力的最佳利器。从信心百倍到怨声载道再到“平静面对”，至少在我个人的心态上有了一些明显的变化，也许这就是一个思想上的自我禁锢，也许僵硬的机制就是一个无形的牢笼，它阻碍员工的激情迸发，限制了员工的创造力，影响了员工凝聚力。给予我们平台，给予我们信任，给予我们能看到的机会，激情会依旧迸发。我们需要的是表现自己、实现自己的有效管道，并不缺乏朝气蓬勃的精神，并不缺乏积极学习的动力。没有人需要无趣的人生，我们要的是红彤香艳的果实，给我梯子就上树去采摘。或许ipd给予我们个人的最大益处，就在于让能够自己给自己确定一个职业发展方向，并为之作出自己的人生规划，远离迷茫，割除脑中的瘤。

ipd能实现的最重要的核心意义是各环节的目标思想高度统一，使得公司的产品投资收益最大化和快速化;对于个人而言，也就是机遇和机会的最大化，个人能力的快速提升和综合化。提供的平台，给与的梯子，能使我们站在全流程的公司利益高度去思考去实践去发挥。

对于ipd的开始实施，我们目前能做到的，至少也要是在思想上与公司领导的目标方向保持高度一致。

来吧，准备好了吗? 给我梯子就上树!

**IPD培训心得篇四**

对于很未接触过集成产品开发(ipd)的人来说，“集成产品开发”这个名词很容易让人误以为是“系统集成”范畴内的事情或工作。事实上，ipd是一个“软件开发管理”层面的概念和方法。接下来的工作与ipd(集成产品开发)有直接关系，但ipd对我来说，完全是一个新概念、新名词、新方法。所以就预先从“概念和理论”层面好好学习学习。

虽然不久会有专业的ipd咨询人员做指导，来推进ipd的进行。但是我还是考虑先预习预习理论知识。这应该是这么多年在workflow领域打拼之后的心得吧：理论很重要，没有理论的盲目实践，指挥大大增加失败和走弯路的几率.国内开发人员普遍不重视对理论知识的积累，这是一个非常不好的习惯。当然，对于ipd更重要的是“实践”，这有赖于今后在进行ipd工作中逐步积累方法和方式.

如今，就先理论学习中的心得吧。当一个企业的产品研发、市场推广、销售渠道、售后支持等方面都具有一定的基础之后，就会面临几个主要问题:

(1)如何更加有效的制定产品定位和战略:满足客户需求、符合发展趋势、领先竞争对手

(2)如何确保“新产品”从规划、预研、开发的按时、按质的顺利进行;并在预期的时间范围内启动上市、推广、销售策略.

(3)确保产品研发按照市场趋势和需求研发，而不是“闭门造车、技术探索”。

(4)在企业内部，确保“市场、销售、研发、服务”关键环节的有效沟通。

在企业成长初期，一个产品的定位和战略，可能完全取决于ceo、cto、产品研发经理等少数几个人抉择。这样的抉择符合企业起步发展的阶段性需求(精简、快速出产品)，并带有明显的“技术主导”的影子：研发人员更多的是从“技术实现”角度来看待产品;而市场、销售等部门完全只着眼于自身产品如何“卖好”，因为他们无需也无法干预“产品研发的方向和进度”。

当企业初步成长起来后：研发具有了小规模性，不再是小作坊;市场已经有所基础，开始面对更多的竞争对手;销售已经有客户群基础，面临如何拓展更广泛的客户群;服务体系已经基本形成.此时，如果企业还依然“以产品研发为主导”的视角来看待产品管理，则会极大的影响企业的发展，甚至因为某些技术或技术人员的变故，造成产品开发的瘫痪。

国内很多软件企业都面临这样的问题，我想也是国内很多软件企业“无法做大做强”的原因之一。很多国内企业，在刚刚有所起步的时候，因为技术核心人员的离职，而造成产品研发的停滞或延迟。——这个问题，并不是ipd所能解决的问题范畴，但或多或少有一定关系——如果企业能够正确的规划产品、规划产品战略，从而会大大提高“研发人员”的积极性和稳定性

在《培斯的力量》第七章中，很着重的强调了“产品战略”的作用。产品战略始于一个清晰的企业“战略愿景(strategicvision)”。愿景这个名词有的翻译为“远景”。

对产品战略有非凡眼光的企业通常能取得不寻常的成功。这些企业清楚自己前进的方向以及达到目标的方法，他们对成功有信心并且毫不动摇地前进。而着完全依托于合适而明确的“战略愿景”。对于“strategicvision”我们不多讲解，这属于企业文化范畴。任何成功的企业，必然有着深厚而浓郁的企业文化做支撑，才能保证企业组织构架的完备、一心。稳固和健全的企业组织构架是确保产品战略稳定运行的基础.

国内很多创业型的软件企业在经历过一两年的挣扎后就关门了，失败的原因就是在于“尚未想清楚做什么”就“揭竿而起”了。当然，因为“机会成本”的存在，总会有些企业被上帝眷顾，幸运的走上的正规，但绝大多数却“在迷失中失败了”：有很多朋友，总想着创业，在某天幸运的接到一单项目，就盲目注册公司，开始创业了——

如今，还在存活的不多了。

战略愿景需要企业回答：企业的目标是什么?怎样实现该目标?为什么会成功? 那么产品战略是做什么的呢?

麦克格拉斯大叔眼光再一次超越了我们当前的产品开发管理模式。上个世纪的《培思的力量》造就了ipd的浪潮(当然，这股浪潮也离不开ibm的贡献)。在其《下一代产品开发》一书中，提出了新的“提高产品研发生产率的”时代。当然，这个时代可能离我们还比较遥远，绝大多数的国内软件企业还停留在“项目成功时代”，当然，有部分极少数的已经进入“快速上市时代”。

麦克格拉斯为产品开发管理划分了四个时代(截至目前为止)：

发明与商品化时代，项目成功时代，快速上市时代，研发生产率时代。

发明与商品化时代：这个时代的特征就是如何更快的发明创造出新产品。可能会因为一两个新产品的发明，而影响到整个企业的发展。

项目成功时代：这个时代关注的是如何保证产品被成功研发出来，项目进度如何被正确估算、控制、监督和保证。

快速上市时代：这个时代关注的则是如何有更好的产品策略来差异化及领先竞争对手产品，并保证产品能够在最快的时间内上市销售。

研发生产率时代：这个时代关注的则是如何通过内部资源、财务管理来保证利用最少的资源，产出最多的有效产品。

4

ipd流程管理培训心得

本次培训第一次接触了ipd管理体系的思想和方法，经过两天的学习，对ipd管理体系有了基本的认识。ipd特别强调以市场需求作为产品开发的驱动力，将产品开发作为一项投资来管理，尤其是强调细分客户需求，对于现实工作具有很强的指导意义，下面谈几点自己的心得体会：

一、如何能够真正实现产品、技术与市场结合。

1、准确把握市场需求

市场需求不仅仅是了解客户对技术指标的要求，要深层次了解到客户每个技术要求背后的应用需求。这个阶段最好是市场人员、技术人员共同参与。

2、将市场需求转化为可成功开发的产品

在市场需求收集确认后，将其转化为产品包需求，进而确定设计指标和产品规格说明书。ipd的思想要求产品都由成熟技术组成，尚未成熟的技术转预研阶段。若在客户的需求中存在企业尚未掌握的技术就需要决策是暂缓产品开发还是选择外部成熟技术。

3、在市场需求收集中预测技术发展方向

通过市场需求的收集把握技术发展的趋势，对关键技术提前进入预研阶段，这样在新产品规划时，产品包的组成就是满足要求的可用成熟技术。

二、如何把ipd的管理思想融合到我们日常的管理工作实践中

1、ipd管理的核心是需求管理，目前公司的需求管理各方面的工作都有涉及，但在下列问题上仍有改进空间：

●处于客户要求=客户需求的状态，对于专业化程度较高的客户，这种情况

尚可支撑，但对于部分专业程度有限的客户，可能会出现需求描述不明

或过度需求的情况。

●对客户需求的收集，技术指标类、市场规模类需求收集较为完善，应用

需求、价格等因素考虑较少。

●市场需求、产品需求、技术需求混为一谈。

●拿到的需求分散，缺乏整理分析

●直接提出的技术需求需要自己分析后引导客户调整，而不是直接拿回客

户的指标开始启动研发公司。

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