

需求落點分析模型，該怎麼點評呢？

》差異化活動

右上角的方框是用來表示我們完成的這些個使用者故事，它對市場差異性是有所幫助的任務。

》校驗活動

右下角是指我們完成的任務僅僅是用來追上目前市場的水平，也就是市場上其他品牌基本上都已經有的功能。一般新的產品通常都要向已有產品靠齊，但如果花太多功夫在這個方塊中，產品是不會有更大的成長的。反過來應該做剛剛好的人力調適，多朝右上方的方塊靠攏才是比較具有價值的任務。

》合作夥伴活動

左上角是指如呼叫後台的 API 或是其他廠商所提供的支援 API 等，算是與合作夥伴共同完成的任務，但這對產品的差異性是有幫助的，雖然不是自己做，但卻也有一定的價值。

》無用的活動

左下角，指的是我們作了一些對產品在市場差異化上完全沒有幫助的功能。

基於目的的對準模型(Purpose-base Alignment Model)



上圖、依據 Kent J. McDonald 的 Purpose-base Alignment Model 所改良的需求落點分析模型

(註 1，上面的紅色說明是依據 Kent 所發表的白皮書所加上的，黑色字體則是 Niel

Nickolaisen 原著的翻譯)

上面二位作者的宗旨都是針對專案尚未開始時所設計用來「理解情境」用的模式。因此稱之為「基於目的的對準模型」，下面則是我把程序反過來；拿來用在工程師開發完需求後的落點評估說明。