

# Readme:

---

本方案中会有大量“分数”出现，然而对于面试而言，分数绝不是主要参考依据，而是作为引导面试者的工具。

二面在进一步观察面试者是否具有**产品思维**的同时，关注面试者的合作能力、表达能力等。

产品思维可以由**从需求出发**体现，**用户画像**是需求的整理、归纳与概括；在需求的基础上，可以确定产品的功能，但功能是一个个零散的，因此**页面流程图**可以考察面试者对产品的整体思维。

为了避免面试者将其有限的现场二面时间浪费在无意义的细节中，**手绘原型**仍然过于复杂，我们通过B类细节的加分鼓励面试者更多地做出产品方向的思考，同时对于有价值但和**产品思维**联系不大的A类细节、C类细节，我们仍然会给到一些加分，但有上限限制。

另外，这套评分体系或许之后可以做成比赛。

## 规则

---

### 不对面试者开放的部分：

1. 面试者的分组应当在现场二面开始前有所准备，视面试者情况稍作调整。大体按一面分组、性格、能力、性别等特性不同尽量平均分配。
2. 面试题应当以C端产品为样本。
3. 面试题应当避免不同组面试题雷同的情况，这会造成面试者恶性竞争，实际上面试题目表现与后期工作表现并无直接联系。
4. 提前确定面试可以使用的工具等。
5. 合作探索环节中，每组会派驻一位固定观察员，观察员的首要任务是记录面试者的合作情况（包括分工、引导、冲突、协调等），其次是记录进度。观察员可以视情况回答所负责小组的问题（能让面试者自行合理假设的就让其自行假设），如有必要，可以向面试官咨询问题由面试官统一解答。

### 对面试者开放的部分：

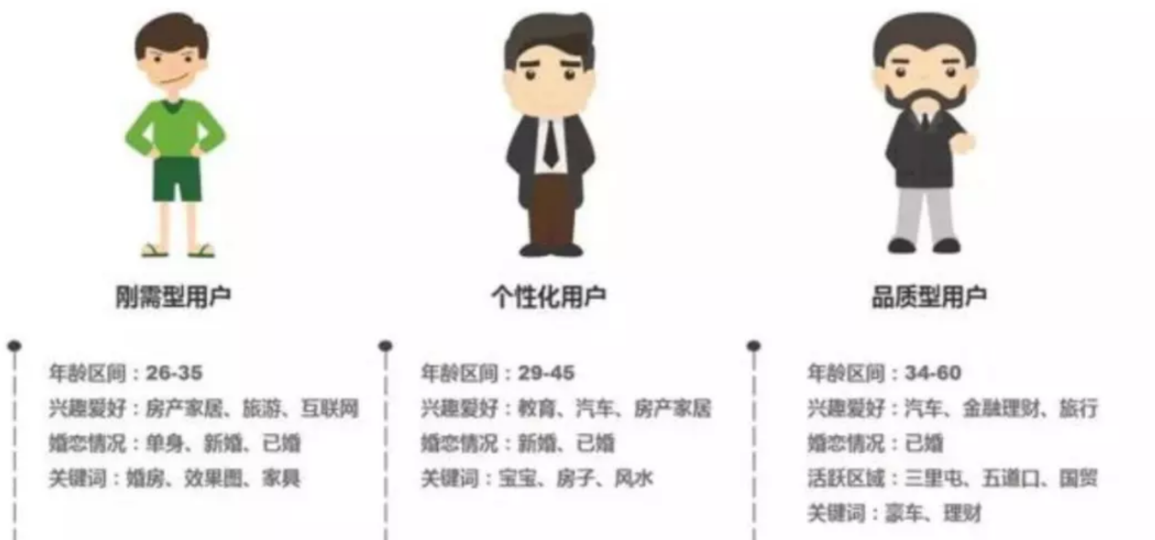
1. 在现场二面之前，应当确保面试者有充分参与面试的时间，同时可以（不可以）携带笔记本电脑等工具辅助。
2. 现场二面共分三个环节：规则讲解环节、合作探索环节、展示提问环节。
3. 规则讲解环节：由面试官讲解本场二面规则，讲解完毕后，面试者可就不明白之处提问，由面试官统一解答。
4. 合作探索环节（1h?）：向面试者发放合作探索材料（纸笔等），面试者根据分组，合作讨论题目所涉及产品的**用户画像**和**页面流程图**，以及其他面试者觉得有必要展示的内容。
  - 面试者应当注意控制**页面流程图**的个数与精美程度，在意思表达到位的基础上尽可能追求有用的（得分的）细节。
5. 展示提问环节：在合作探索环节结束后，每组抽签决定展示顺序，每组进行10-15分钟的内容展示。
  - 展示要求该组每位面试者都参与。
  - 在展示过程中，面试者可以主动提及细节的分类，最终裁定权归面试官所有。
  - 在展示的最后，需要面试者介绍自己在分工中所承担的部分。

- 展示结束后，其余各组每组最多可对该组展示提3个问题，面试官也会进行提问。
- 6. 关于合作的说明：希望面试者在合作过程中尽可能地整体协作，确保每位面试者都对自己小组的产品有整体的了解，尽量避免按页面类型等粗暴的分工。
- 7. 评分机制：
  - 用户画像（20分）
  - 页面流程图（30分）
  - 提问环节
    - 提问（-5~5分/个）
    - 回答（-3~3分/个）
  - 其他
    - 细节加分
      - A类细节（技术性细节）：对于产品后期的代码开发工作有帮助的细节（2~4分/个）（上限20分）
      - B类细节（产品性细节）：对于产品本身的业务逻辑和用户体验有帮助的细节（3~6分/个）（不设上限）
      - C类细节（运营性细节）：对于产品的运营、推广、迭代等有帮助的策略和细节（1~2分/个）（上限10分）
    - 团队合作（15分）

## 示例（是否向面试者开放有待商榷）

### 用户画像

示例1：



示例2：

用户1  
建国

占人群比例31%左右，典型特征是

- 理性，很少天马行空的想象。（因子1）
- 有一定的好奇心，但仅限于科学领域。（因子2）需此以外的生活一成不变。
- 我行我素，运动娱乐时不太在意朋友和周围人的看法。（因子3）
- 对看电影兴趣不大，也不太打游戏，经常运动或者爬山，爱阅读，爱看电视剧、动漫。
- 他的生活没有那么浪漫和疯狂，对刺激、对新事物都不太敏感。
- 他不喜欢海边的，对到各处旅行也不太热衷；他对奔跑兴趣不大，他欣赏长跑过程中征服障碍的成就感，他觉得跑酷关于肢体动作和技巧的要求太高了。不过，他倒是愿意尝试体感设备等高科技产品。

用户2  
阿宅

占人群比例12%左右，典型特征是

- 想象天马行空，内心丰富。（因子1）
- 但现实生活缺乏激情。（因子2）他不关心周围的新事情，不热衷探索神秘未知，也不愿意花费时间和精力去掌握一门新技能，更多时间待在在自己的世界。
- 运动娱乐时不太重视朋友和周围人的看法。（因子3）事实上他也不太喜欢社交。
- 不爱运动，爱看电影、打游戏、爱看电视剧、动漫。
- 对新事物有一定的接受能力。
- 他对跑酷的主要兴趣来源于动作的酷炫，虽然这并不会让他想去尝试这门极限运动。

用户3  
越越

占人群比例57%左右，典型特征是

- 感性，想象天马行空，内心丰富。（因子1）
- 对生活充满激情和好奇。（因子2）他喜欢探索神秘和未知，也愿意花时间和精力去学习自己感兴趣的东西。
- 重视朋友和周围人的看法。（因子3）他看重朋友的陪伴，周末常和同学、朋友或者男女朋友一起出去玩来放松自己。
- 好像没有什么特别不喜欢的休闲方式，喜欢看电影、KTV、打游戏，偶尔也从事儿外运动。
- 他喜欢追求新鲜感，喜欢过山车等刺激的游戏项目，热喜欢开飙车试驾Xbox、平衡车等新产品。
- 他虽然没有什么明显的对跑酷运动的兴趣，但他仍然十分欣赏跑酷运动不受场地限制的自自由性，他也很享受征服障碍的成就感。

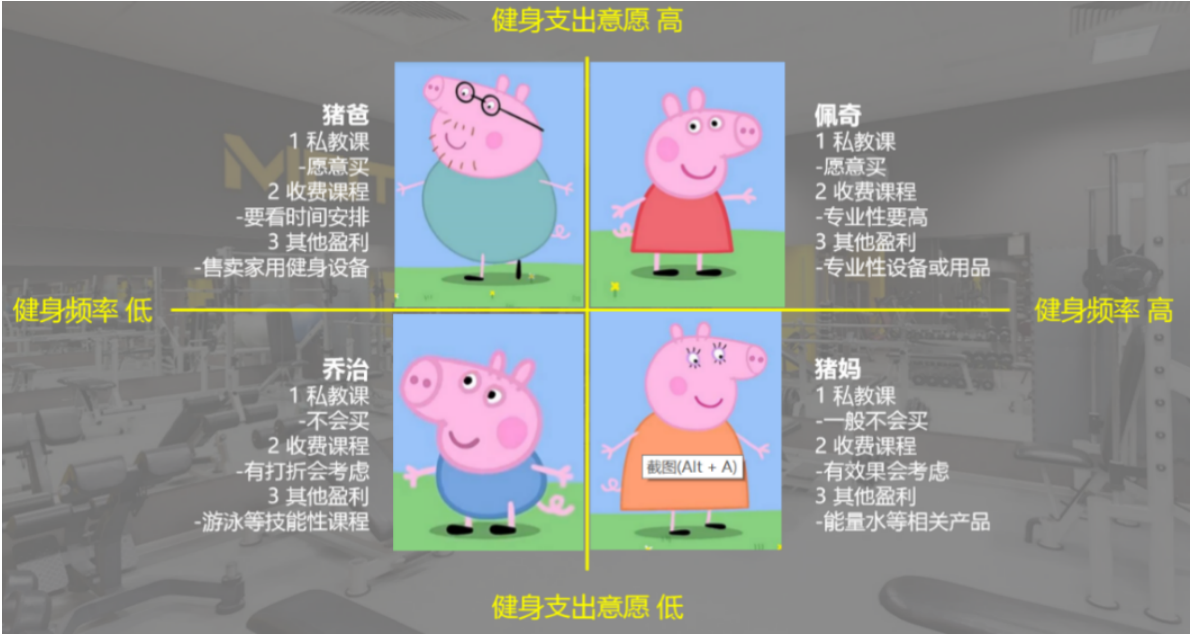
用户模型

- 仔细分析了这三类用户后，最后我们确定用户3：越越为我们的设计对象。

Hi,  
我是越越,  
很高兴认识你!

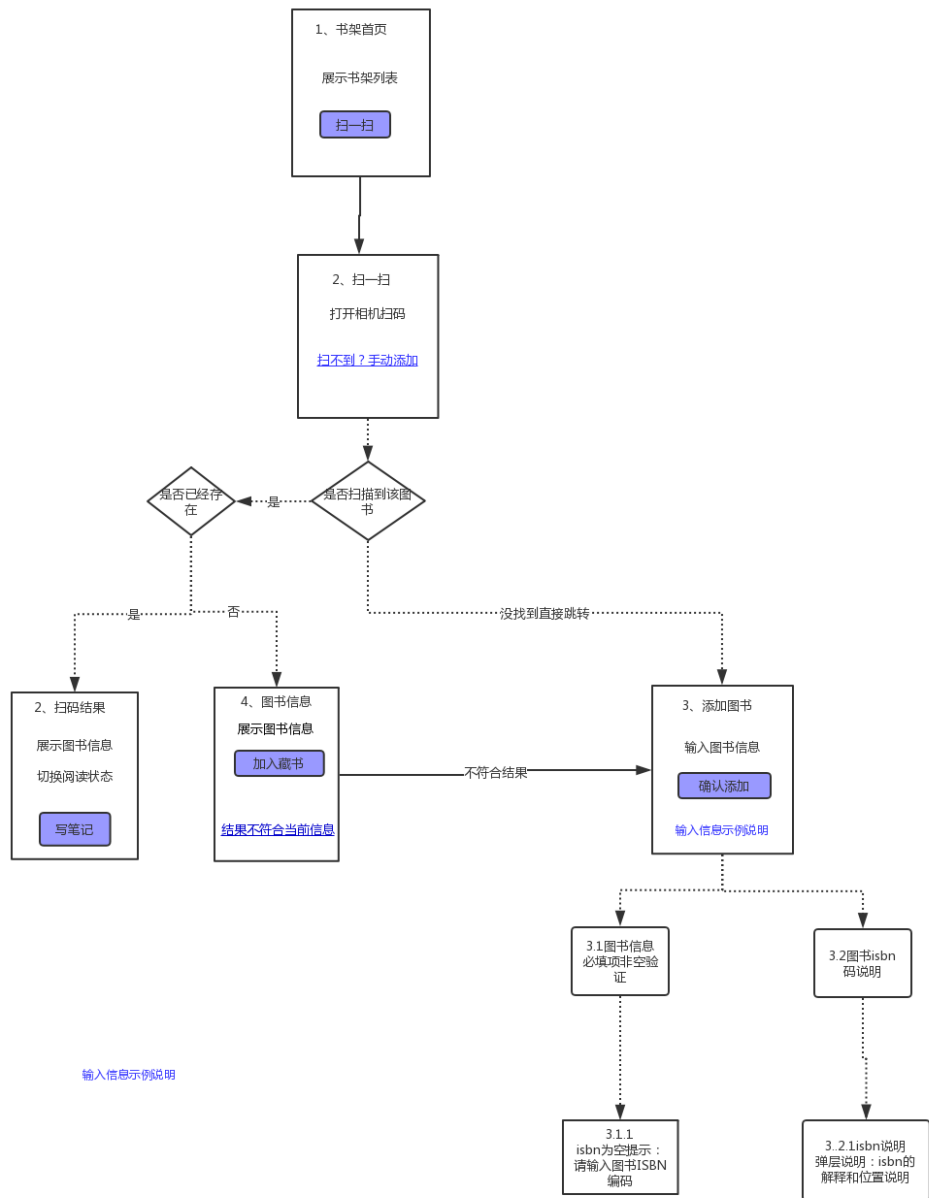
玉照

示例3：

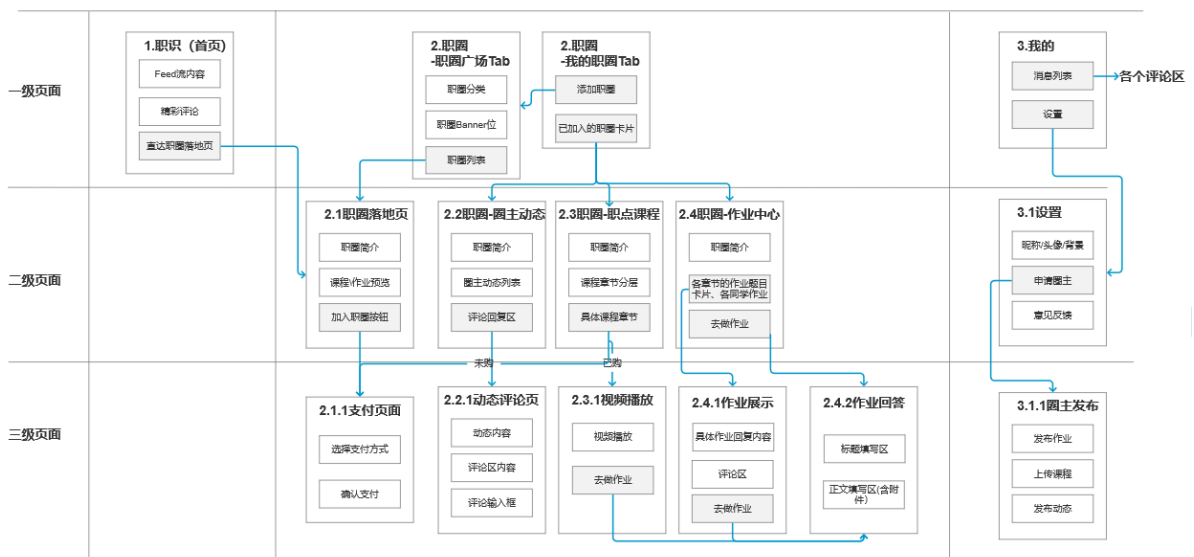


页面流程图

示例1：



示例2:



## 细节加分

以Notify为例：

## A类细节（技术性细节）

"Notify需要将收集到信息分类，分成评奖评优、对外交流等，可以通过关键词对信息进行分类"。

面试官裁定：“关键词作为分类依据，是技术性细节，2分。”

## B类细节（产品性细节）

"Notify的信息详情页，左上角设置了返回按钮，方便用户返回上一级菜单。”

面试官裁定：“是个人都能想到，不计分。”

"Notify允许用户收藏信息，之后在收藏夹中查看，我们觉得这是一个B类细节。”

面试官裁定：“非常普通的B类细节，3分。”

"考虑到信息的分类可能有误，Notify在信息详情页右上角设置了反馈，让用户能够反馈分类错误的信息。”

面试官裁定：“有用的B类细节，可能对Notify产品的核心功能用户体验影响很大，5分。”

## C类细节（运营性细节）

"用户还可以使用Notify将信息分享出去。”

面试官裁定：“运营性细节，1分。”

"我们将会在新生入学时大力推广Notify，通过……”

面试官裁定：“运营性细节，1分。”

"我们将不断收集用户的反馈意见，帮助Notify更精准的分类。”

面试官裁定：“涉及迭代，运营性细节，1分。”