

阿里的钉钉一直在办公社交这个市场独占鳌头，腾讯先后推出了企业 QQ 和企业微信望扳回一城，却始终被压一头。沉寂良久的腾讯在今年三月份推出了第三款办公社交应用——TIM。短短三个月就杀入了 AppStore 商务榜第四，但随着版本的一次次的更新，评分也是一降再降，目前版本评分只有三分，与竞争对手相距甚远。

文章通过对 TIM 移动端产品的体验试图解释以下两个问题：

1. 是什么让它能在短短三个月时间就火速崛起；
2. 又是什么让它随着版本的迭代评分一次次的降低。

怀揣着这两个疑问开始这篇文章的写作。

本文内容框架如下：

一. 产品概述

1. 体验环境
2. 产品简要说明
3. 产品定位
4. 用户需求分析
5. 用户使用场景
6. 市场现状分析

二. 产品分析

1. 用户体验五要素分析
2. 任务走查法体验分析

三. 竞品分析

四. 用户意见

五. 如果我是 PM

六. 总结

一. 产品概述

1. 体验环境

设备：iPhone7plus

系统版本：IOS10.3.2

APP 版本：TIM 1.1.6

体验时间：2017 年 7 月

2. 产品简要说明



TIM 是腾讯 3 月 1 日推出的一款办公社交类 APP，它的理念是“轻聊的 QQ，更方便的办公”。整体风格简约无广告，QQ 好友、信息完全同步，支持多人在线协作编辑文档，轻松管理日程、回复邮件。

3. 产品定位



办公社交平台，在保留原有 QQ 好友的前提下提供更简洁高效的操作界面。同时提供了多人协作在线编辑文档等功能，让项目团队更方便的管理和共享相关文档和安排自己的日程，使得沟通和办公得以同步解决。

4. 用户需求分析

4.1 用户是谁

- **主要：**需要经常进行团队沟通协作的办公室人群（提供一个沟通协作的平台）
- **次要：**厌倦了无聊的广告和娱乐推送的大众（提供一个轻聊版的 QQ）

4.2 用户特征

- 追求简单高效的界面，不喜欢无聊的娱乐推送和随处可见的广告；
- 团队沟通喜欢即时文字通讯而并非邮件或电话；
- 所在的部门或团队需要频繁的在线进行文字处理、项目管理、日常报告和信息登记；

4.3 目标用户需求

一般来说，企业或以产品、或以职能将员工分为若干个团队或部门，部门与部门之间以及部门内部人员之间彼此保持着高频率的交流和协作。

最开始，彼此之间用邮件或者电话交流，但邮件并不能让对方及时回复，而频繁的电话会给人莫大的压力，一般非紧急事件均不会通过电话沟通。如此一来就使得**信息沟通的效率极其低下**。

而后，有了即时通讯软件，信息沟通效率是高了，但**文档的协作问题仍没有得到解决**，彼此之间还是沟通完毕后将文档发送至对方的邮箱。当多个人打理同一个文档时，信息不对称引发的问题更为常见。

再后来，有了 Google Docs、石墨文档和有道云协作，文档的协作问题解决了，可**信息沟通的问题又一次被凸显**。这种情况在移动端尤为明显：你能想象你通过微信得知要修改某项表格中的哪几个数据之后，点击 home 键，从铺满桌面五颜六色的 APP 中找到并打开那一个 APP，再去寻找那个指定文档指定地方的数据进行修改是多么的痛苦的经验吗？

最后，文档协作功能被多用于文字处理、项目管理、日常报告和信息登记，而这其中很多内容涉及到保密性的问题，现有的协作文档应用能否保证文档的**安全性和内容的保密性**变得至关重要。

综上所述，工作团队急需一款既能实现 IM 又能多人协作文档的跨平台应用，以帮助他们提高工作效率。

4.4 解决方案

- **极简**：去广告、去无关的娱乐功能，做到界面和操作极简；
- **高效**：整合多人在线协作文档功能，让信息沟通和文档协作得以同步进行；
- **安全**：在线文档应用社交关系的授权管理，充分保证文档内容的安全性；

5. 用户使用场景

使用场景：

工作日

上午 9点

Andy来到办公室打开电脑，想起昨天的信息录入工作还未完成，开始继续录入；

上午 11点

录入工作完成，Andy将文档上传到TIM的在线文档，邀请同事Even参与协作编辑，并给Even留言“XX区居民的个人基本信息录入完毕，你将收集到的身份证照片和身份证号对应插入。”

下午 18点

Andy在回家的地铁上收到Even的已完成的留言，用手机登录TIM查看在线文档，经检查发现其中两个身份证号输入有误，在线更改后保存。并发送至上级邮箱。

使用场景：

休息日

上午 10点

在家起床后吃了个早饭，打开电脑想看看昨天的会议记录是否已经整理完毕，登录TIM，看到会议记录这个文档最后一次编辑是由同事Jack在昨晚9点完成。打开查阅，对照自己的会议笔记，将Jack遗漏的点逐一补充上去。完成后在策划组的群聊里留言“我参照昨天自己的笔记把会议记录完善了一下，大家看看是否还有遗漏、错误”

下午 7点

正在健身的Bob收到群聊里同事Lee的留言“Bob，会议记录中技能伤害公式有误，我已经修改好啦；另外关于兽族的历史背景我又有了点新的想法，已经上传到TIM的在线文档，大家有空看看啊”



*该图片来自Keynote自带

姓名：Andy

年龄：34岁

现居地：广州

职位：公务人员



*该图片来自免版权图片网站

姓名：Bob

年龄：26岁

现居地：北京

职位：游戏策划

使用场景：

周四

上午 11 点

上完课后老师安排作业【五人一组，每组讲一个章节】，Cherry用TIM建立群聊并拉入小组成员，沟通并安排好各自的分工：一个大章节正好分为四个小章节，四个人每人负责总结一个小章节，一个人负责PPT制作；

下午 3 点

Cherry总结好了自己负责的内容，整理到Word并上传到在线文档。在群里留言“4.1的部分我已经总结好上传了，大家整理好各自的内容直接在里面编辑就好啦”

晚上 10 点

在群里收到Hebe的留言“4.2的内容我也总结好啦，小E你可以先根据前两节的内容开始PPT的制作啦”



*该图片来自免版权图片网站

姓名：Cherry

年龄：23岁

现居地：上海

职位：研究生在读

6. 市场现状分析

根据工信部中小企业司副司长王健翔在 2015 年的讲话中得知“目前，我们国家的中小企业 7000 多万，是不是很多？但是我们和发达国家相比，人均的中小企业比例还是不够的。

就拿美国来说，10 个人里面就有一个企业，现在是 13.7 亿人，我们有 7000 多万，大家可以算算。按照真正的工商注册的企业，实际上只有 1000 多万。

所以，中小企业成长的空间还很巨大。

而在这快速增长的背后，隐藏着一个巨大的市场：每一个中小企业内部都有若干个团队，团队需要方便的沟通、需要高效的协作，而这种需要是最起初的 IM 和邮箱满足不了的。正因为有了这种需求，才迎来了办公化社交产品的发展。

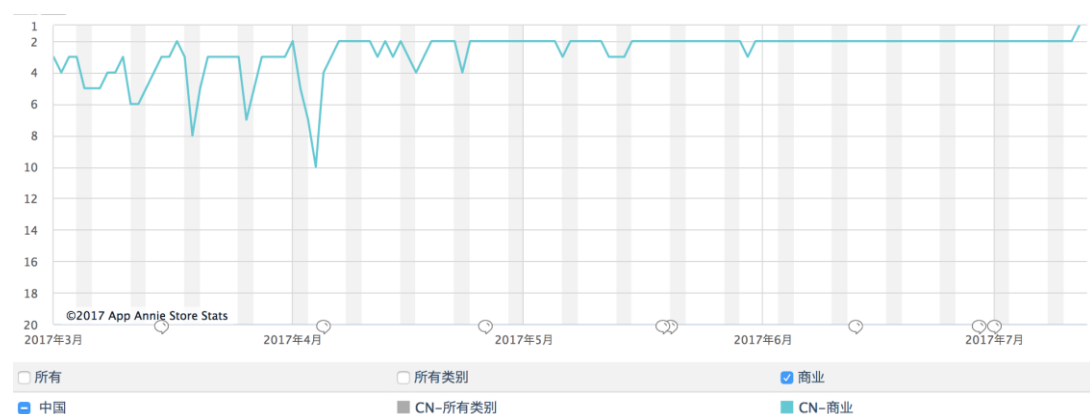
- 2015 年 5 月 26 日，钉钉正式版发布；
- 2016 年 4 月 18 日，企业微信发布；
- 2017 年 3 月 1 日，TIM 发布。

这里引入从 2017 年 3 月 1 日至今的苹果 App Store 中国区上述三款 App 的排名来看各自的市场表现：

(1) 作为这里老牌办公社交，钉钉的市场表现一直很稳定，稳居行业一二（截止 7 月 14 日，钉钉重回第一）



(2) 企业微信的表现开始时起伏不定的，经过一段时间的调整已经稳坐办公社交的第二把交椅（截止 7 月 14 日，企业微信暂居第二）



(3) TIM 的表现很有意思，下图中你仔细看会发现是两条不同颜色的线。起初 TIM 参与的是社交排行，成绩一直不是很理想；再后来 TIM 调整为和钉钉及企业微信一样参与商业排行，成绩有了明显的提高。截止 7 月 14 日，TIM 已上升至第 4，如果忽略排在第 3 的智联招聘，TIM 已经跻身成为办公社交这个市场的第 3。



二. 产品分析

1. 用户体验五要素分析

(1) 战略层

此前，腾讯 QQ 曾提出场景化通讯的战略布局，而办公是其中重要场景之一。

TIM 正是一款主攻年轻用户的 QQ 差异化的办公产品，瞄准办公室人群。腾讯公司即通产品部产品总监鄢贤卿在 2017 年 6 月 1 日北京的沟通会上说到“现在的企业办公市场最大的矛盾点在于社交化才能规模化，但内部管控又是管理者的天然需求。”这就造成了办公产品的设计究竟应该 TO B 还是 TO C 这么个疑问。

- **TO B**：自上而下，从决策者入手，以建立企业内部关系链为起点，然后支持沟通和流程问题；
- **TO C**：自下而上，以熟人关系链为起点，解决普适性的沟通协作问题，然后逐步抽离管理诉求。

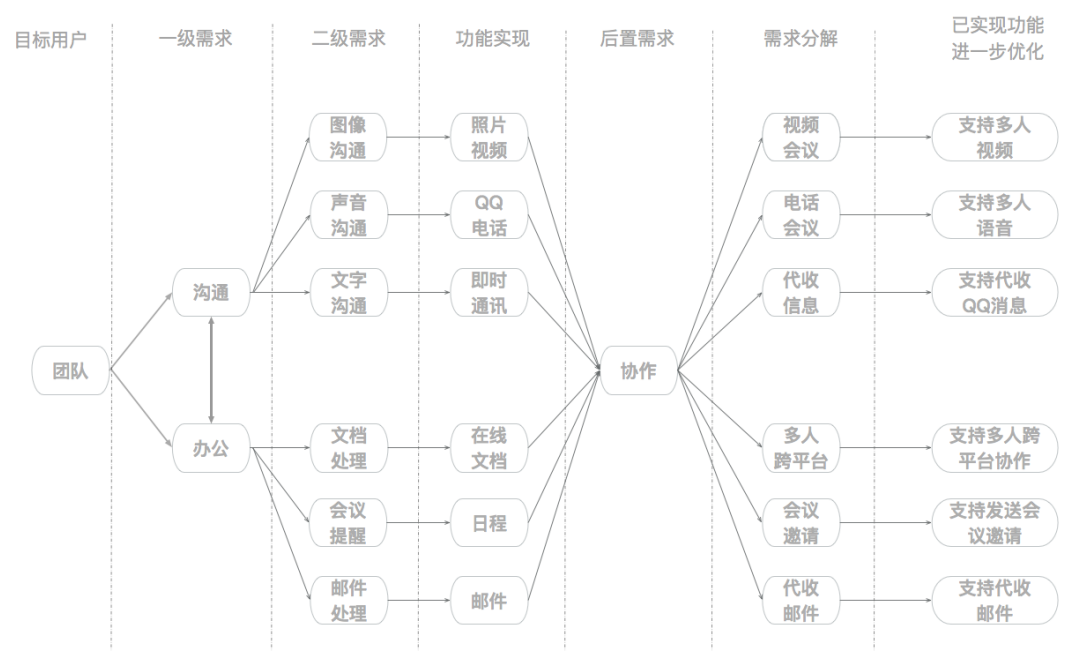
然而，市场给出的答案是 TO B，钉钉目前的成功离不开 TO B 的清晰定位，但这个产品成功的背后，有哪一个群体是被忽略了呢？“员工”。它方便了上级对下级的管理，方便了上下级之间信息的传达，可它并没有提升员工的办公效率。作为企业利润的直接创造者和企业中人数占比的绝大多数者，急需一个产

品去解决他们的需求去提升他们的效率。鄢贤卿表示“大家都选择做 TO B 不做 TO C，不是因为 TO C 更容易，而是因为更具挑战。我们希望为办公领域提供新的可能。”

因此，TIM 致力于服务**团队协作**，而不是老板管理。

小结：在战略层上，TIM 瞄准了以办公团队为主的目标用户，坚持 TO C 的产品定位，致力于服务团队协作，在当今办公市场 TO B 为王的时代，提供一些新的可能。

(2) 范围层



要做好一个 TO C 的办公产品，必须要先解决好沟通和办公两大需求，在此基础上，再解决协作这一非常重要的后置需求。市场经验告诉我们：

- 只解决沟通与协作而没有解决办公，就意味着这款产品无法进入办公市场（如 QQ）；
- 只解决办公与协作而没有解决沟通，就意味着这款产品无法走向规模化，注定是一个小众产品（如石墨文档）；

- 只解决沟通与办公而没有解决协作，就意味着这款产品定位在 TO B，无法为员工带来工作效率的提升（如钉钉）。

沟通、办公、协作这三个需求其实可以合并成一个需求——高效，而 TIM 的功能很好的覆盖了这一点，一站式地解决了团队工作中所面临的很多效率低下的问题。

其实还有一个需求十分重要（只不过它属于反向型需求，就没有把它画在上图中）——社交需求。做一点区分，这里的社交包含了除工作沟通之外的所有交流。

前段时间腾讯大学做了一个霸屏级的实验——社交斋戒：让一批志愿者每日使用微信不得超过半小时，持续十五天。实验结果也很惊人，其中一条结论就是：**被测试者对工作的投入度显著提高。**

生活中自身的例子也可以很好地说明这一点，当你准备开始学习或工作时，今日头条推送了一条男默女泪的新闻，或是微博推送你最喜爱的明星正在做直播，亦或是微信推送你的朋友圈又多了两条评论，很多人会忍不住打开看一看，看完之后要想重回工作状态又要过上一段时间，而这段时间之内若再有这类社交推送，如此往复，半天可能就过去了。

这一点其实很难避免，这是一个算法越来越精准的时代，你要想对这些社交推送不感兴趣已经变得越来越难，而碰巧的是它又无处不在。很多时候，造成工作效率不高的原因其实是我们自己。2014 年，盖洛普咨询公司的一项调查显示，超过三分之二的美国成年人表示，他们对工作并不投入，其中很多人甚至说自己会“主动不投入”。在一项针对全球 141 个国家的调查中，表示不投入或者不主动投入的人，甚至比美国更多。只有 13% 的人认为自己是投入工作的。而

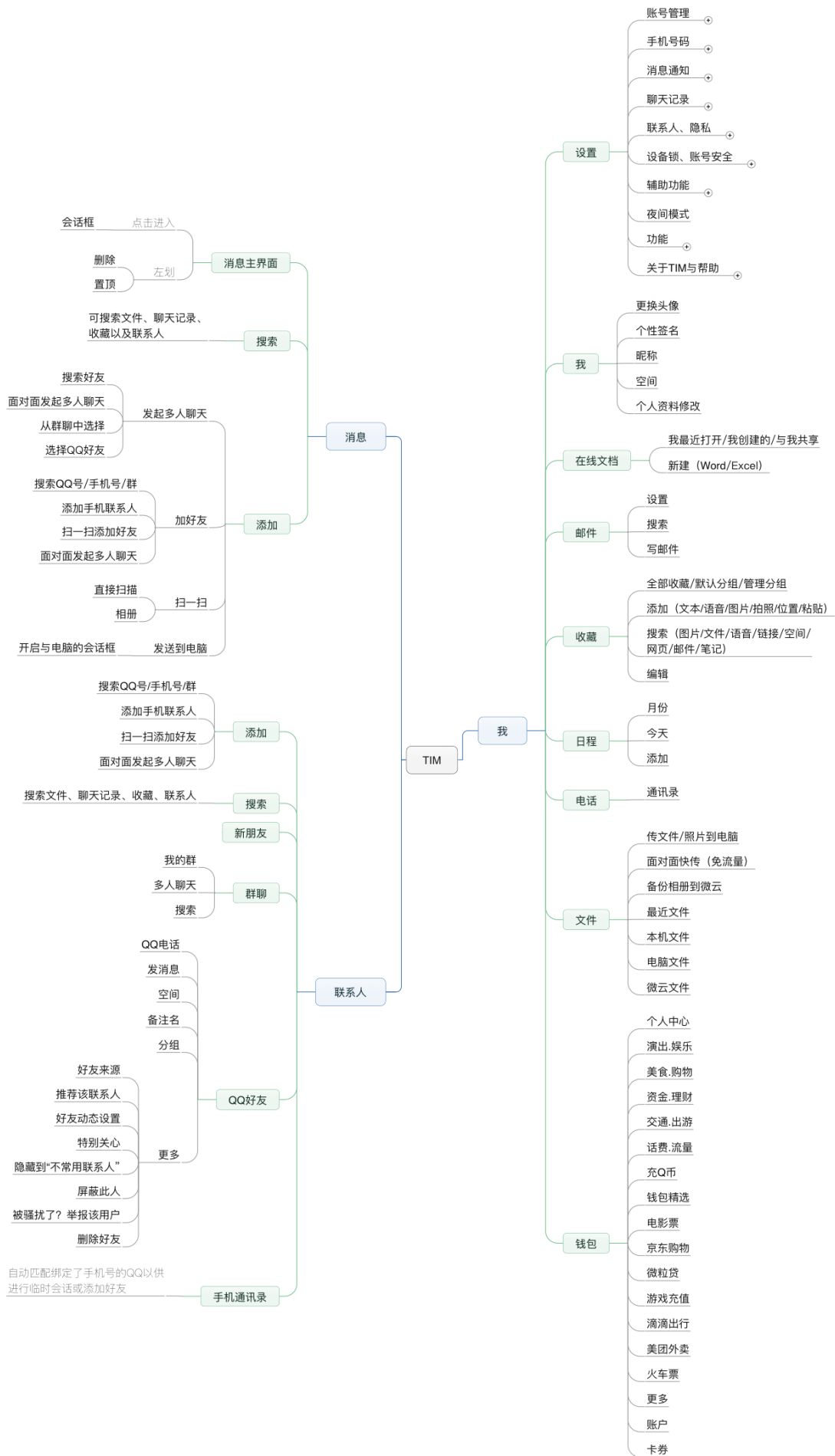
腾讯已经通过实验证明减少社交会显著地提高工作的投入度。

社交需求的反向效果太过于明显，因此，打开 TIM 你会发现，QQ 空间没了（被折叠在了 4 级菜单）、动态没了，动漫没了、游戏没了、运动没了等等等等，甚至你都不曾发觉连隐身这个功能你也找不到了（同样被折叠在了 4 级菜单）。砍掉了这些功能，才减少了注意力的分散，这也是 TIM 从另一个方面提升效率的体现。

小结：在范围层上，TIM 要服务团队，一方面是满足团队的三大需求：沟通、办公与协作，并推出与之相对应的功能；另一方面关注反向需求——社交需求，并减少与之相对应的功能。两方面同时做到，才能达到高效的目标。

（3）结构层

TIM 的功能结构图如下：



WEB 中有一个三次点击原则，如果用户在 3 次点击中无法找到信息和完成网站功能时，用户就会停止使用这个网站。这个原则同样适用于 APP，APP 内的主要功能应当让用户在三次操作之内就可以完成，否则就会严重降低用户体验。

如此来看，TIM 的表现良好：

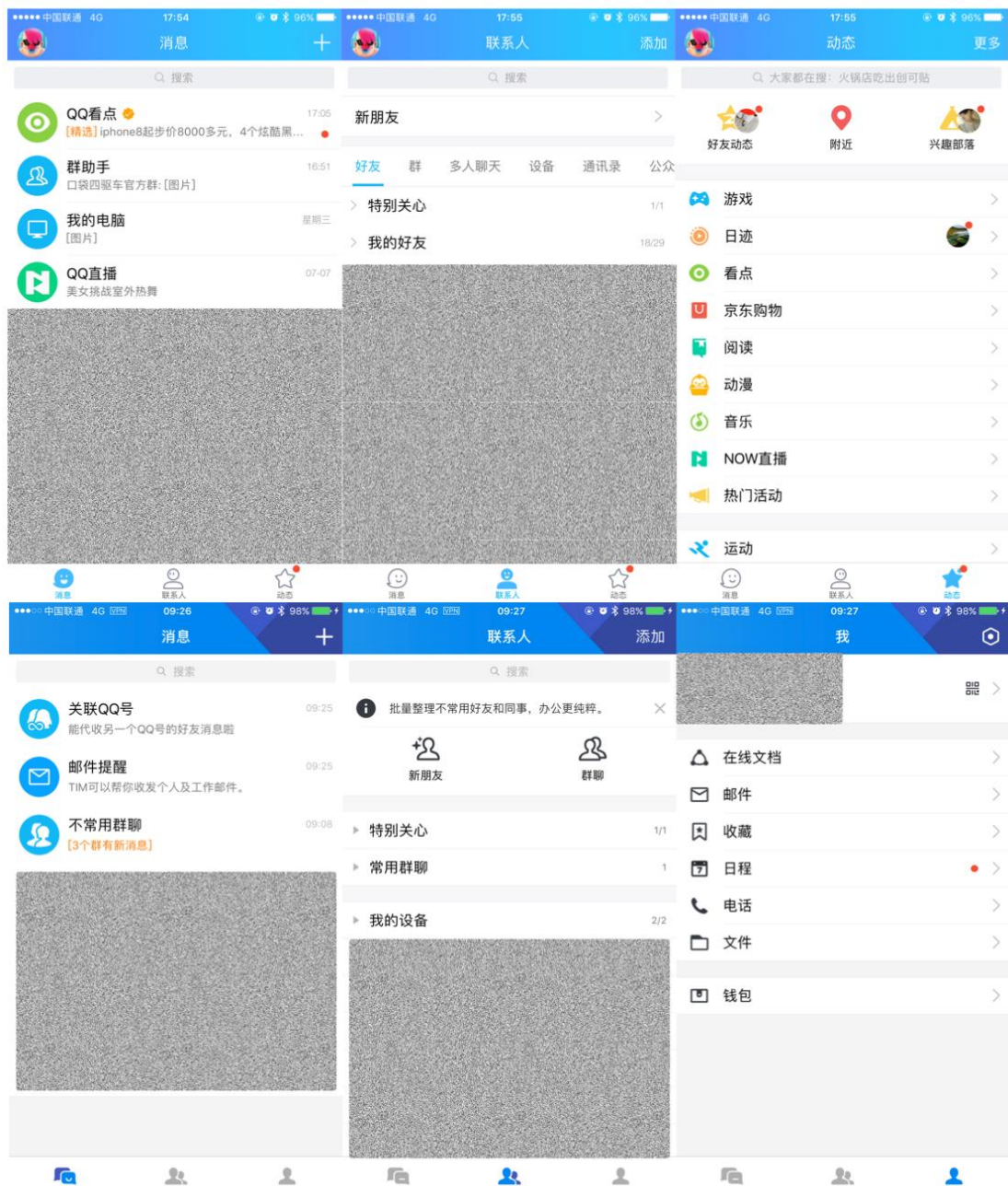
- **TIM 将常用的功能前置在一级界面上**，无论是要聊天、找人、还是办公，都能够很轻松在第一时间找到相应的入口，整个操作不超过三步，方便而又高效；
- **办公过程中我们常常会需要找某个联系人、某个文档亦或是某次聊天的记录**，倘若这个时候一个搜索框出现在你面前，一定会让你欣喜。而 TIM 就做到了这一点，我们从结构图中可以看到，TIM 在你可能用到搜索的一级、二级界面中都添加了搜索这一功能，并在一级界面的搜索框中实现了全局化搜索，无论你在联系人界面还是在消息界面，都可以在搜索栏内输入关键字查找包含文档、收藏、文件等所有功能，极大地减少了寻找信息的成本。
- **TIM 沿用了 QQ Dock 栏三大块的布局**，这使得用户在使用 TIM 时有了很好的经验延续。我们知道在 MOBA 游戏中如果要调整或重做某个英雄应遵循的原则是“在尽可能保留玩家对此英雄操作经验的积累的基础之上，做更多可能性的尝试”，这可以避免玩家再次使用这个英雄时有一种物是人非的感觉。APP 也是如此，TIM 作为腾讯 QQ 办公社交的新产品，如果界面、操作习惯变更的非常大，会让用户使用起来感觉很突兀。因此，TIM 沿用了 QQ 三大块功能的布局，左边就是聊天、中间就是找人，唯一不同的右边一个是办公、一个是娱乐。这在最大限度上保留了用户的使用习惯，

完成了用户不同产品间的平滑过渡，为用户的留存打好了一个基础。

小结：在结构层上，TIM 实现了以下三点：将常用的功能均放置在一级界面，让用户三次操作之内就可完成；在所有可能会用到的地方都放置了搜索功能，简化查找的操作；沿用了 QQ Dock 栏三大块的功能布局，让用户的操作经验得以延续；在功能结构上实现了易用、高效的特点。

（4）框架层

上面提到，TIM 为了尽可能多的保留用户的使用习惯，对 QQ 的功能结构有了一个很好地沿袭，在框架部分亦是如此。TIM 的框架大部分沿用了 QQ 的设计布局，但毕竟是基于不同的目标用户、进入的是一个更加细分化的市场，在局部 TIM 做了部分优化的布局表现。下面来——分析：



当眼睛偏离视中心时，在偏离距离相等的情况下，人眼对左上的观察最优，依次为右上，左下，而右下最差。因此，左上部和上中部被称为“最佳视域”。QQ 则把三个主界面中的左上方这块“最佳视域”给了头像，而 TIM 则让这部分干脆空缺，让中上区域变得更为凸显和重要，这也使得用户使用时的干扰因素进一步降低，专注于眼前的工作与内容，才是 TIM 所追求的。

联系人界面：用户一般进入到这个界面就三个需求，找人、找群和添加好友。

QQ 在此区分的很细致，将联系人分为了好友、群、多人聊天、设备、通讯录和公众号六个分类，而在好友的分类下原本就还有自己分组的小分类，这个菜单的布局既需要视觉上横向的浏览也需要纵向的浏览，而在每次浏览时都还要进行类别判断“我要找的人是不是在这个分类下”，给了用户很大的操作使用成本。

TIM 的解决方案则完全不同，想找人？放一个搜索框在最显眼的地方；想添加？放一个新朋友的按钮最佳视域内；想找群？新朋友的旁边就放一个群聊。在这最显眼位置的三个按钮就覆盖了整个页面所有可能的需求，除此之外，将特别关心和常用群聊单独划分成一个分类，让用户在更多时候甚至不需要搜索和挨个寻找。风格上整个页面的菜单布局保持着垂直化，和另外两个页面布局形成统一，让同一种浏览习惯贯穿整个 APP，在这一点上，TIM 做的比 QQ 好。

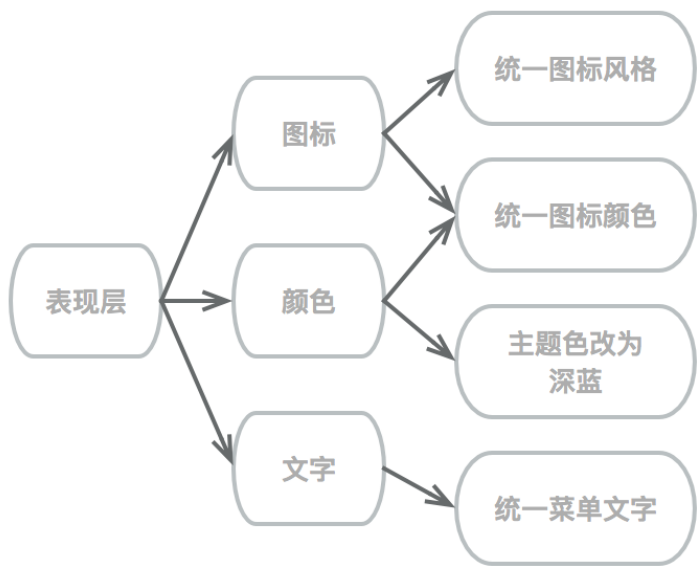
我界面：将最重要的功能【在线文档】放在了最佳视域，使得第一次接触的人也忍不住点进去看一看；整个界面分为三大部分（有没有发现 TIM 将“3”这个数字完成的特别好），个人资料、办公和钱包。整个界面和另外两个界面一样采用了垂直分布的菜单栏，这同样使得在整个 APP 中的浏览体验保持一致。在底部留出约 20% 的页面空白，将所有的功能集中放在页面的中上部分，且文字都偏左靠置，符合人们的浏览习惯，可以看出即使在页面的布局上，TIM 也力求提高使用者的效率。

小结：在框架层上，TIM 的策略是整体布局上沿用 QQ，细节上进行调整。整体沿用 QQ 的排版，让用户操作起来无需额外的学习成本；细节上做出改变，将每个页面中最重要的内容放置在最佳视域内，让用户第一眼就能看到，而之前放在最佳视域内与办公无关的通通拿掉。使用户沉浸在一个良好办公“环境”

的同时，让你所需要的就在“眼前”。

(5) 表现层

表现层分为图标、颜色、文字三个部分。在这三个方面，TIM 围绕着“高效”两个字，进行了调整。目的主要是两点：1.减轻视觉压力；2.让内容凸显。



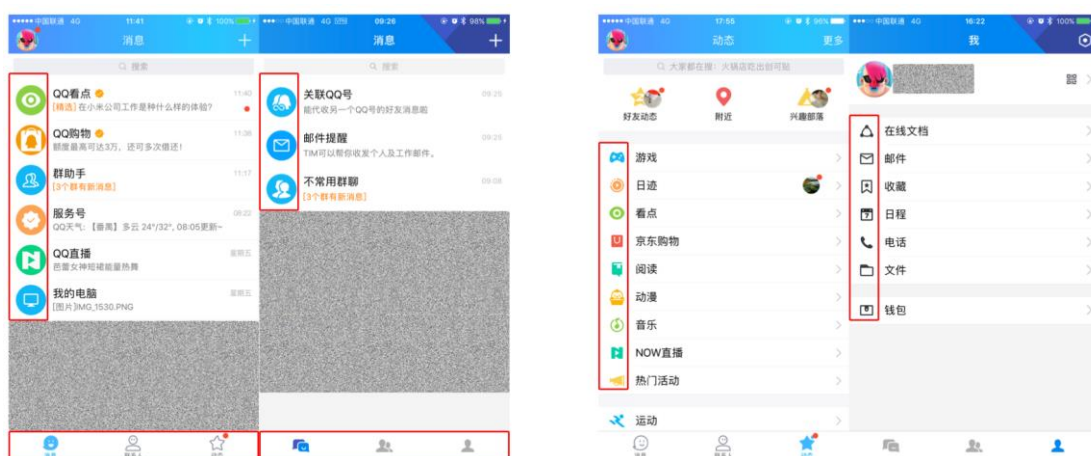
① 颜色

进入 APP 后第一感觉到的就是色彩的不同。QQ 用的主题色是渐变的浅蓝，从 QQ 的登录界面背景改为年轻人的短视频就可以得知目前 QQ 的目标用户是年轻的用户，而渐变的浅蓝可以给人以活力和阳光的感觉；TIM 则采取了与 QQ 相反的深蓝色，没有采用渐变，而用了色块拼接的形式，这样使得主题栏不再那么显眼，让用户更多的关注界面中的内容。据悉，最开始 TIM 内测版时的主题栏采用的是灰白色的配色，犹如现在很多浏览器的默认主题色一样，让用户都不曾注意过“我的浏览器是什么颜色”这个问题，这是个好事儿，浏览器只是通向互联网的一个窗口，本身不是重点，内容才是。TIM 也是如此。



② 图标

图标的改动主要是针对色彩和风格上的改动，而在不同的界面 TIM 有着完全不同的处理方式。



可以看到在消息界面，TIM 将图标统一颜色，将 QQ 中那些五颜六色的图标统一改成了蓝色；而在动态、我这个界面中，TIM 将统一了风格，将 QQ 中彩色的异形图标统一改成了黑白线条；为什么会有这种差异的产生呢？

因为在信息界面，你看到的大多会是每个联系人的头像，而基于每个人的个性不同，这些联系人的头像会以各种颜色出现，若此时再将系统内嵌的功能也一并设置为彩色毫无疑问会给用户带来区别上的困扰，这得结合我们的阅读习惯来说起，看看当我们收到一条信息时我们是怎样阅读这条信息的。



① 关联QQ号

③ 能代收另一个QQ号的好友消息啦

我们的阅读习惯是从上往下从左至右，首先看到的是靠近屏幕中间的联系人名称，然后用余光看到头像，最后看到的是信息内容。基于这个习惯，在消息页面图标的意义应该是辅助判断的作用，让用户看到联系人（或内嵌功能）名字时，余光扫到图标后辅助用户回忆做出判断这到底是谁/什么功能。这样理解后统一系统图标就显得很有必要了，我们一般会关注某几个联系人或者某几个群的头像，从而在收到消息后扫一眼就知道这是谁，但 APP 中功能的图标通常是不会关注的，这时若再给这些功能图标加以不同的颜色予以区别只会给用户带来额外的困扰。而将图标统一为蓝色则很好地将 APP 的功能和联系人区分开来，用户在长时间使用后会产生一种使用习惯，从而加速信息的识别。

Dock 栏去掉了文字提示是因为 TIM 结构设计可以使得用户将 QQ 的使用经验得以延续，因此没有必要再设置文字提示，颜色也和主题栏保持一致。

在动态/我这个界面中的图标则采用另一种风格的设计，因为在消息界面中一个功能的图标必须要在形式上贴合一个头像的样式，而在菜单界面，一个功能的图标必须要贴合它的内容。重绘后的图标整体上显得更加简约和“不起眼”，仍然是为了凸显内容。“高效”这两个字在图标上也体现的很好。

③ 文字

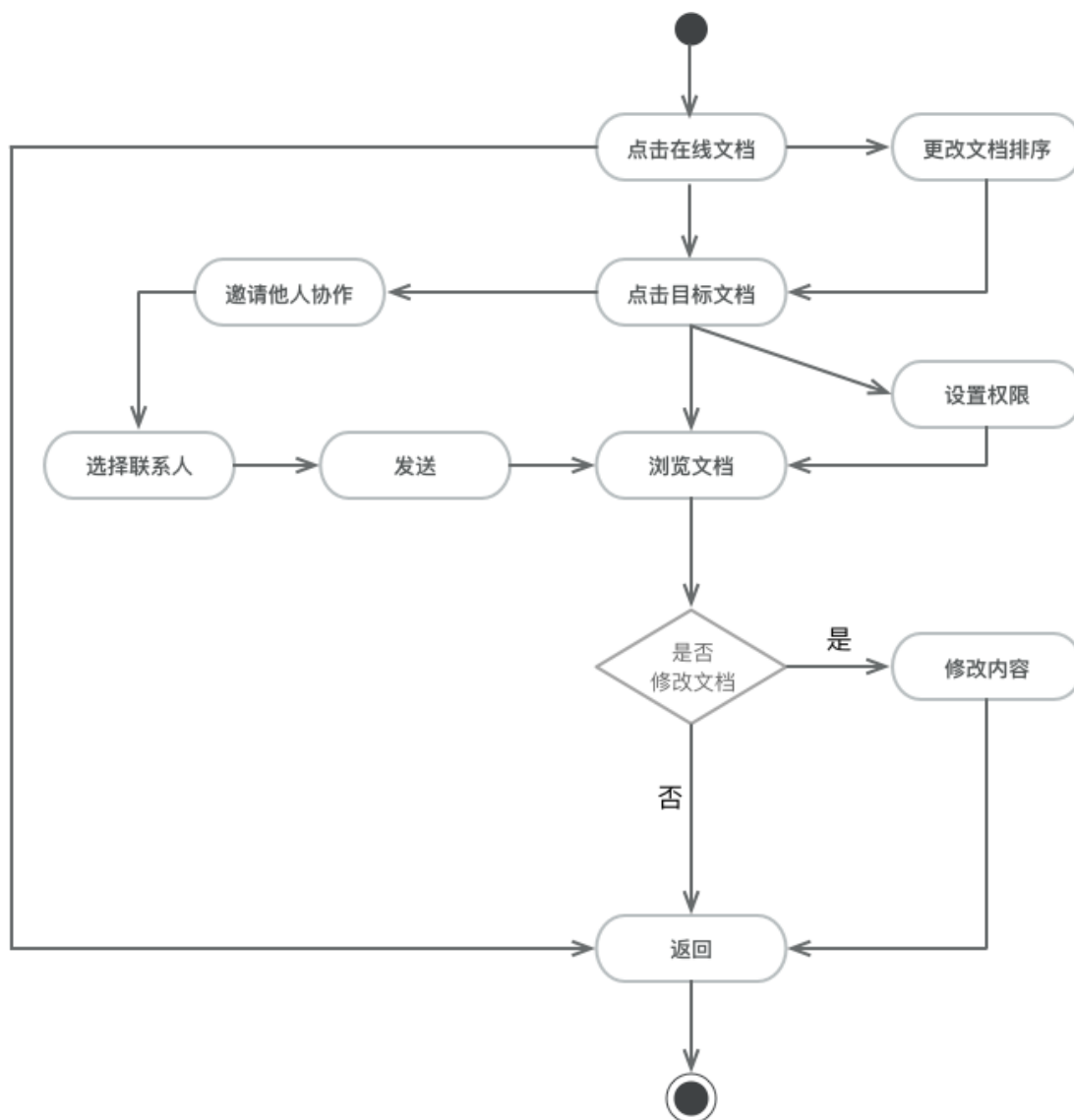
TIM 将菜单中的文字大小统一，得益于 TIM 在整体界面布局上都采用了列表式的菜单，不像 QQ 菜单的种类多样导致文字的大小和风格也不一。

小结：在表现层上，TIM 将图标统一、颜色统一、文字统一，以此换来简洁的界面和舒适的体验。

2. 任务走查法体验分析

这次用任务走查法分析的对象是目前 TIM 中最为重要的一个功能——在线文档。

(1) 在线文档用户使用流程图



(2) 任务走查法

依照流程图，列出所有可能的任务，并对任务进行优先级排序，走查后列出问题反馈。

用户任务	任务优先级	问题反馈
找到并打开在线文档功能	★★★★★	/
更改文档分类排序	★★★★★	不支持自定义分组：目前默认的分类就三种【我最近打开】、【我创建的】和【与我共享】，现实团队中每个成员前后会参与多个不同的产品或项目中，这时需要自定义分类，将不同产品项目的文档进行归类，仅依靠默认的三个分类不足以做到高效的区分。
查找指定文档	★★★★★	在线文档界面没有搜索功能：当文档到达一定数量时，仅靠分类也不足以快速找到文档，而搜索功能则可以做到这一点，但在线文档页面没有搜索功能，若要用户回到联系人和消息页面进行搜索这显然是一个糟糕的体验，在每一个可能用到的页面加上搜索框是很有必要的。
浏览在线文档	★★★★★	文档不支持手势缩放：文档内容过多过长时，通过手势缩放进行全局浏览就很有必要了，仅通过上下左右滑动来寻找目标内容效率实在很低； 文档内不支持内容搜索：很多时候，用户需要对指定的内容进行修改，而通过从头到尾的查找进行定位很费时费力。由于搜索功能并不是时常使用，无需让搜索框一直停留在界面，在移动端只需在界面右上角添加一个搜索按钮即可，在PC端则保持Office的设计即可； Excel卡顿感明显：Excel左右滑动浏览时卡顿感明显。
新建文档	★★★★★	无法导入已有文档：只能新建文档而无法导入已有文档，这对之前没有使用过TIM的用户来说可能是最大的阻碍。（估计是技术原因导致很难实现）
在文档中输入文字	★★★★★	/
在文档中插入相册图片	★★★★★	措辞不一致：选择图片不编辑直接插入图片，最后一步是“确认”，而选择图片进行编辑再插入图片，最后一步是“发送”，言辞不一致。而且发送这个词让我误解以为是打开了和谁的对话框发送图片。
在文档中拍照插入图片	★★★★★	拍照实时反馈十分模糊：拍照的实时反馈非常模糊，严重影响使用； 拍照所得图片分辨率低：拍照所得图片的分辨率为960*540，无法满足日常使用，而直接用系统相机拍照后则可插入原图。拍照插入图片的本意应该是方便，为了让用户不用退出应用再打开相机而设置，如今这个功能显然并不能起到这个作用。
插入或拍照时对图片进行编辑	★★★★★	马克笔选中反馈不明显：马克笔功能应该将各色图标做成笔的样子，而现在是以色块的形式展现，并且色块的选中反馈不明显，只有一个细细的蓝色小方框标记着选中，不容易被察觉，给用户带来困扰。
保存文档	★★★★★	保存反馈不明显：TIM对在线文档实行实时保存，哪怕你只输入一个字也会替你自动保存，但在移动端这种反馈并不明显。目前移动端的反馈是每次自动保存时在顶部状态栏用浅灰色的四个小字显示“保存成功”，反馈没有到位。
邀请他人协作	★★★★★	功能表述有误：在这个页面，用户可通过好友、微信、朋友圈、微博等渠道发送链接，邀请好友参与协作，好友可通过PC端打开链接进行编辑操作，但若没有安装TIM的好友通过移动端打开连接则只能浏览，不能编辑。建议对功能描述加以优化，在微信、朋友圈、微博分享的内容里在显眼的地方注明“用TIM或在PC端打开链接可协作编辑”而不仅仅只是加一个TIM下载的广告。

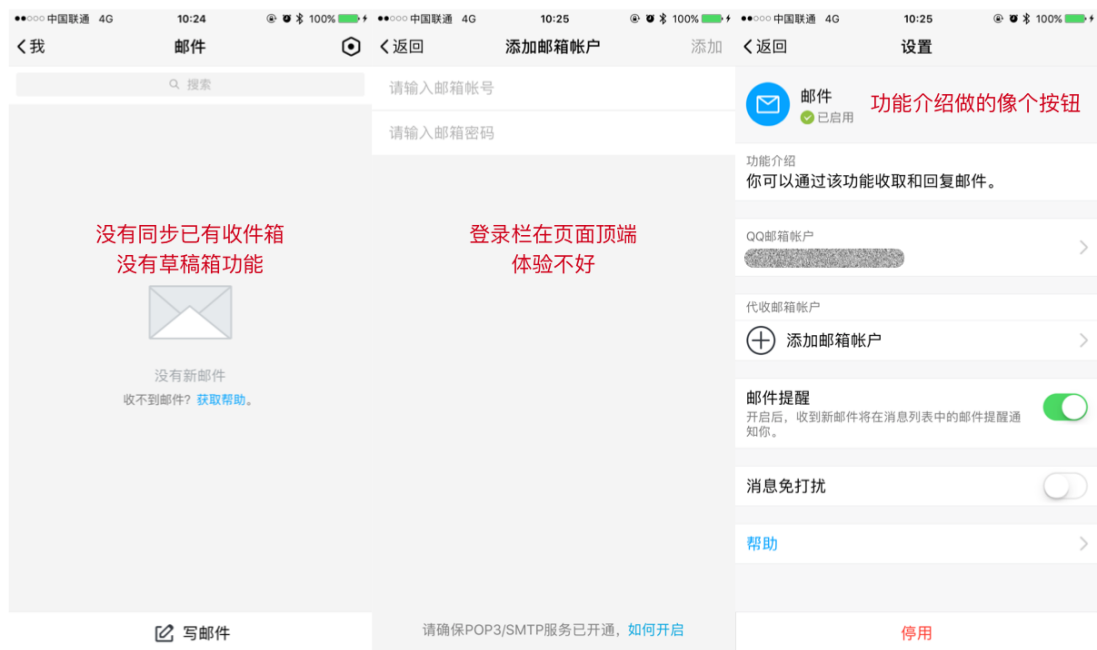
从任务走查法可以看出，TIM 的在线文档功能在整体上没有大的问题，可以用，如果只是简单的需求，在线文档都可以满足。但这个版本的在线文档与其说是文档，可能更像是笔记。文档和笔记有很多相似的地方，笔记也可以分享，笔记也可以协作，而文档与笔记最大的区别在于笔记可以只停留在线上，而文档则必须要在上线上线下同时使用。目前的 TIM 只支持线上到线下，不支持上传已有文档。

根据鄢贤卿所提供的数据表明，TIM 的活跃用户中有 20%的用户每天使用在线文档功能。剩下 80%的用户很可能就是收到了这个约束而放弃了这个功能，试想一下，如果支持上传已有文档，在线操作起来不仅更方便，还更安全，何乐而不为呢？因此，唯有打通了线下到线上这条通道，TIM 才能在这个市场大有可为。

（3）其他办公功能体验反馈

①【邮件】功能

绑定邮箱后不会同步已有的收件箱；没有草稿箱功能，这就导致编辑好未发送的邮件不会被保存；添加邮箱账户的登录栏在界面最顶端，体验不好；邮件功能介绍视觉样式做的像个按钮，但并不能点按。



②【收藏】功能

切换分组功能卡顿（延迟大概 0.5 秒左右，对比在线文档的切换分组，卡顿感明显）；添加的小十字架动画失效（点击添加——图片——取消——再次点击添加，此时动画已失效）；

③【日程】功能

逻辑错误（打开日程——点击 7 月——再次点击 7 月——此时已经跳转至 8 月，也就是我的下一个日程所在月份）（打开日程——点击今天——同样跳转至 8 月，我下一个日程所在月份）

三. 竞品分析

这里对 TIM、钉钉、企业微信三者进行对比分析。

1. 基本数据的对比

下表数据来源于 appannie.com，中国区，2017 年 7 月 16 日；图标来源于各自的官网。

			
上线时间	2017.03.01	2014.12.01	2016.04.18
目前版本	1.1.6	3.5.1	2.0.1
历史版本迭代次数	5次	53次	21次
目前排名 (App Store 商务)	6	1	2
历史最高排名 (App Store 商务)	4	1	1
是否有被推荐在 App Store主頁上	没有	没有	没有
出现在App Store 分类页面上次数	0次	4次	2次

从表中的基本数据可以看出：钉钉上线时间早，前期积累了大量用户，一直占据着办公社交领先者的地位；企业微信上线仅用一年半就赶上了钉钉发展的速度，甚至有时候的排名赶超了钉钉，是钉钉目前最大的竞争者；TIM 上线时间最晚，但在短短 4 个月内就到达最高排名第 4 的好成绩，足以说明它的潜力。

2. 三者之间的差异化体现

			
产品定位	团队协作平台	智能移动办公平台	企业内部交流平台
主要功能	IM、在线文档、日程、邮件、电话、会议邀请	内勤外勤、财务管理、行政管理、业务报表、人事管理	IM、公费电话、企业邮箱、打卡、日报、审批、同事吧
市场探索模式	TO C	TO B	一半TO B、一半TO C

TO B 方便了 BOSS 的管理，TO C 方便了员工的沟通协作。这两种探索模式无好坏之分，但却给用户选择的优先级带来了影响。什么意思？BOSS 毫无疑问会倾向使用 TO B 的产品，很多情况下 BOSS 的喜好就影响了公司的决定，当要求全公司使用 TO B 的产品时，钉钉成为了用户的第一选择，而当第一选择

不可更改时，用户是否还会为了团队的协作方便再装一个 APP——这就是 TO C 产品所面临的**第一个挑战**。

TO C 产品所面临的**第二个挑战**是若有一天 TO B 的产品集成了 TO C 产品的功能时（如在线文档），用户是否还会继续保留这款 TO C 产品，也是一个需要考虑的问题。

四. 用户意见

截取中国区 APP Store 对 TIM 当前版本的评价予以总结整理：

1. 希望主题界面有更多选择

希望主题多样化 ★★★★★☆

评论人：aaaaaabautuo – 2017年6月21日

简单的纯白纯黑至少要有吧，给用户多几种选择那么难么，顶头的蓝色配的太丑。

4 位（共 8 位）顾客认为此评论有帮助。

略有不足 ★★★★★

评论人：Superhoubdserfd – 2017年6月28日

希望可以走简介明了路线，少了国际版的翻译邮件功能非常好。用更少的代码做更好的程序。可以纯色就舒服了

2 位（共 5 位）顾客认为此评论有帮助。

很多用户对 TIM 简洁的界面表示喜爱有加，但一个再完美的产品也难以抵挡个性化需求的出现。在不影响整体设计理念的前提下，可以逐步推出几款素色的主题，满足用户的需求。

2. 希望增加一键登录功能

挺好的 ★★★★★

评论人：懒懒晒太阳 – 2017年7月11日

但是希望加上一键登录功能

不错不错👍但还有一点需要改进 ★★★★★

评论人：0872大理 – 2017年6月28日

空间消息通知没有，需要改进、一键登录

1 位（共 1 位）顾客认为此评论有帮助。

对于一键登录功能的需求集中在以下两点：

3. 在首次登录界面没有设置 QQ 一键登录；

4. 在游戏登录界面不支持 TIM 的一键登录。

这个功能的增加需要产品经理的权衡，看产品经理是希望 QQ 和 TIM 是相互替代还是两者共存。不过基于现在的设置，QQ 和 TIM 不能同时登陆，这就造成用 QQ 登录游戏的用户体验不佳，这个问题就需要解决了。

3. 崩溃、卡死

手机没电之后开机卡死 ★★★★★

评论人：深夜中的使用者2016 - 2017年7月14日

手机没电之后开机卡死，同时明显感觉手机在发热，应该是内存处理有问题，关闭网络之后退出帐号，重开网络也无法解决，只要联网就会卡死，技术人员不解决一下？好不容易出了个简洁版，麻烦搞好一点，我们这些办公用的很需要

这条评论有帮助吗？ 有 | 没有 | 报告问题

打开卡住请修复！★★★★★

评论人：Ratforce - 2017年6月30日

不知道这是第几次重复下Tim了，重新下的原因就是打开之后就卡住了，界面完全不动，重新下载安装又可以正常运行，但是说不定哪一天又这样了，所以程序大佬们动起来把！

4 位（共 5 位）顾客认为此评论有帮助。

这条评论有帮助吗？ 有 | 没有 | 报告问题

今天遇到了bug，界面卡死，闪退 ★★★★★

评论人：contersd - 2017年6月28日

之前一直听说TIM有bug但是从来没遇到，用的很满意，方便简洁，办公也舒服，我连电脑上也换成TIM了，但是今天用的好好的，突然遇到了卡死问题，可以显示的收到消息，但是无论如何界面都是卡住不动，强制退出重启都没有用，而且每次强退在重新启动程序就会闪退，无奈卸载重装了。希望解决这个问题哦。

2 位（共 4 位）顾客认为此评论有帮助。

这条评论有帮助吗？ 有 | 没有 | 报告问题

坏掉了？★★★★★

评论人：SurThs - 2017年6月20日

每次更新版本都要彻底卸载然后重装才能用，否则打开就卡死，你们没有注意到这个问题吗？已经好几个版本过去了，这个问题一直没有解决！希望你们重视！

6 位（共 6 位）顾客认为此评论有帮助。

这条评论有帮助吗？ 有 | 没有 | 报告问题

TIM 当前版本的评分是三颗星，远低于另外两个竞争对手的评分，而这其中很大一部分都来自于崩溃和卡死的评价。根据用户的评价，发现崩溃和卡死主要集中在两种情况下发生：手机电量不足时和版本更新后初次打开时。笔者在上文中做在线文档的测试时也莫名的崩溃了两次。基于这些使用情形可以着重测试和优化下。

4. 再啰嗦一点

由于 App Store 的评论区里的评论不涉及机型、系统版本、应用版本等信息，造成很多开发者和产品经理对此不够重视。但其实愿意在 App Store 上留言评论的用户都是希望这个产品越做越好的用户（去掉刷评论的人），要知道很多人（比如我）觉得过程麻烦都不会在上面评论。

他们不嫌麻烦、认真评论，因缺少关键信息被开发者无视，应该吗？

我们反过来想，如果开发者在 App Store 上给那些真诚评论的用户一个小小的反馈，不仅促进了开发者和用户之间的交流，增强了用户黏性，还鼓励了用户积极参与评论，何乐而不为？

这两年，产品运营大火，微博、微信公众号忙的不亦乐乎，可唯独 App Store 成为了被人遗忘的角落。在此匿名表扬一下某 APP 的开发者，以期有更多的 APP 在这一块儿可以做的更好：（TIM 的开发者在 AppStore 中总计回复 6 次，而在当下差评较多时理应做出更多的回应，释放更积极的市场信息）

版本更新后无法打卡

3月7日

☆☆☆☆ 评论人：亦哲

版本更新后背完最后一个单词卡住了，退出重进也无法打卡。
型号 7P
系统版本 ios10.2.1
望解决

开发人员回复

3月30日

我们这边希望能了解一下你那边问题的具体情况，你这边可以到应用内侧边栏里面的用户反馈里面详细说明一下情况哦，有客服同学为你答疑

赞与意见

周三

☆☆☆☆ 评论人：2 hundred

陪伴了我的高中。经历了一次次的改版，但是这次感到有些陌生不好看了。加了单词笔记但位置太靠下了，不会注意。以前还有近反义词，相关短语，现在也没有了👊

开发人员回复

周五

近反义词、相关短语都在计划内啦，后续的版本就会加上的哟
(●◡●)/❤

五. 如果我是 PM

如果我是 TIM 的 PM，我会着重完成以下几件事：

1. 对上文中所提到的意见以及收集到的用户的反馈进行整理，对比已经整理好的需求，将剩下的部分放到产品会议中拿出来讨论并定下是否修改以及何时修改（优先级：★★★★）

2. 在线文档增加对 PPT 的支持：这是一个我不说 TIM 团队也会做的事情，初步构想是 PC 端支持 PPT 的大部分功能，移动端仅支持 PPT 中文字的修改即可。如果早一点推出这个功能，百度的 AI 开发者大会可能就不会有错别字的存在了
（优先级：★★★★★）

3. 加速 iPad 版的开发。相比于 iPhone，iPad 的屏幕显然能承载更多的内容

从而更加适合办公，无论是团队成员的分享展示，或者是在家中惬意的躺在床上，iPad 比手机和电脑更加适合。考虑到屏幕的大小和产品的性能，iPad 版 TIM 的部分功能（如在线文档）理应设计的更加贴合 PC 端（**优先级：★★★★★**）

4. 完成对官网的重做。官网不仅承载了产品的形象和功能的介绍，更是一种价值观的宣称。而现在 TIM 的官网只有两张 PPT，过于简陋，别说和竞争对手相比，和大部分的个人网站相比可能都不如。新版的官网除了基本功能之外，希望能集成以下模块（**优先级：★★★★**）

- 在线模板：提供更多在线文档的模板，以供选择和使用；
- 网页版 TIM：对那些经常换电脑使用的用户一个好的解决方案；

5. 增加【文档留言】功能。这个功能我想了很久，在这里和大家分享讨论一下。
(**优先级：？**)

忘了是谁说的，Google docs 和 TIM 之间差了一个 QQ 的距离。TIM 的强大之处在于用一个应用解决了两个应用才能解决的问题。回想一下，在电脑还没有普及的时候，我们是怎样协作写一篇文稿的？几个人搬着小板凳，坐在一个桌子前，相互讨论着，你一言，我一语，边讨论边写作，最终完成一篇文稿。在没有 TIM 的时候，沟通和写作这两个是相互分离的，是两个互不相干的软件各自执行的。

在有了 TIM 的时候，将沟通和写作两个功能纳入到一个软件内，但操作界面之间还是相互分离各自执行。这样的做法像极了英特尔的集成显卡，仅仅只是用胶水将 CPU 和 GPU 粘在一起，彼此之间并未形成良好的合作关系，现在的 TIM 也是如此。

能否给用户在编辑文档时创造一种边沟通边协作的感觉呢？

为了实现沟通与协作更加紧密相关，初步想出了文档留言功能。在用户收到邀请打开文档进行协作办公时，可以在文档编辑页面收到之前参与编辑人的留言，这些留言可能是一句提醒，可能是一句忠告，可能是一声抱怨……无论是什么，都承载着团队成员的心声与感情。而此时此刻正在编辑的人也会感觉到团队成员的陪伴和温情。

实现后的界面如下（PC 端在线文档编辑页面）：



通过在右边添加文档留言功能，让沟通和文档编辑在同一页面进行，这种留言式的沟通给用户带来的压力更小，而且每过一段时间再回首看这些文档留言时都能唤醒一次共同奋斗的美好回忆。

六. 总结

总结回到文章开头提出的两个问题：

1. 是什么让它能在短短三个月时间就火速崛起

TIM 的成功主要源自于它战略的成功：经历了企业 QQ 和企业微信两代产品的

前仆后继，TIM 的团队成功捕获到了办公社交这个市场一个新的可能——团队协作。

定下 TO C 的定位，瞄准目标用户，推出一系列协作办公功能，精准打击痛点，不仅在结构上将页面流精简，在表现层上更是下足了功夫，让你感受到焕然一新的同时，使用起来却又毫不陌生。一个能帮你解决实际问题、操作熟悉、交互友好的 APP 没有理由冲不进排行榜，不是吗。

2. 又是什么让它随着版本的迭代评分一次次的降低

版本的迭代理应是一次次解决问题的过程，可在 TIM 这里却出现评分越来越低的情况，差评的大多数都涉及稳定性的问题，笔者在测试过程中也经历了两次闪退崩溃，可见这并不是一个低概率事件，在产品的稳定性的优化上，TIM 还需要多下些功夫。

除此之外，TIM 的办公功能有待进一步丰富。在办公社交的市场 TO C 的产品格外不好做，因为老板的管理需求导致了全公司都得用 TO B 的产品，这时候一款 TO C 的产品如果没有足够的卖点支撑，很难说服用户同时使用两个类似功能的 APP，就更别说逻辑错误、动画错误、闪退带来的糟心体验了。

总体来说，TIM 是一款不错且“诚意满满”的产品，它切实解决了如今团队沟通与协作过程中效率低下的痛点，无论是功能结构，还是表现布局都对得起 TO C 这个出发点。但版本的稳定性着实令人担忧，一个好的产品不应该毁在稳定性上，这个问题的解决变得刻不容缓。

在办公社交这个战场上，钉钉与 TIM 之间的对决更像是老板和员工之间的博弈，双方都在主张自己的诉求，都希望对方能予以理解。我不知道会不会有一天，钉钉开始向下渗透，走向了 TO C 的道路，或者 TIM 向上发展，走上了 TO B

的一端，成为一个一次性解决办公中所有人诉求的平台。但我知道。TIM 的出现已经为这个领域带来了一些新的可能性，这些新的可能性正在让办公变得越来越方便，就冲这一点，我衷心的希望 TIM 未来的发展能越来越好。