

26讲作为程序员，你也应该聆听用户声音



在前面的专栏内容中，我们讨论过几次与产品经理的交流：你应该问问产品经理为什么要做这个产品特性，要用 MVP（最小可行产品）的角度，衡量当前做的产品特性是不是一个好的选择。

但还有一个问题可能困扰着我们：怎么判断产品经理说的产品特性是不是用户真的需要的呢？

很多时候，产品经理让你实现一个产品特性，你感觉这么做好像不太对，却又说不出哪不对，想提出自己的看法，却不知道从哪下手。之所以会遇到这样的问题，一个重要的原因就是，你少了一个维度：用户视角，你需要来自真实世界的反馈。

吃自家的狗粮

产品经理无论要做什么，他都必须有一个立足的根基：为用户服务。所以，如果你了解了用户怎么想，你就有资本判断产品经理给出的需求，是否真的是用户需要的了。

而作为一个程序员，欠缺用户视角，在与产品经理的交流中，你是不可能有机会的，因为他很容易用一句话就把你打败：“这就是用户需求。”

很多程序员只希望安安静静地写好代码，但事实上，对于大多数人来说，安安静静是不太可能写好代码的，只有不断扩大自己的工作范围，才可能对准“靶子”。

今天我们讨论的角度，就是要你把工作范围扩大，**由听产品经理的话，扩大成倾听用户的声音。**

作为程序员，你应该听说过一个说法“Eat your own dog food”（吃自家的狗粮）。这个说法有几个不同的来源，都是说卖狗粮的公司真的用了自家的狗粮。

从1988年开始，这个说法开始在 IT 行业流行的，微软的保罗·马瑞兹（Paul Maritz）写了一封“Eating our dog food”的邮件，提到要“提高自家产品在内部使用的比例。”从此，这个说法在微软迅速传播开来。

如今，自己公司用自己的产品几乎成了全行业的共识。抛开一些大公司用这个说法做广告的因素，不断使用自家的产品，会让

你多出一个用户的视角。

在挑毛病找问题这件事上，人是不需要训练的，哪里用着不舒服，你一下子就能感受到。所以，不断地使用自家产品，你自己就是产品的用户，这会促使你不断去思考怎么改进产品，再与产品经理讨论时，你就自然而然地拥有了更多的维度。

比如，前面在讨论 MVP 时，我曾经讲过一个我做 P2P 产品的经历。在这个项目中，我就作为用户在上面进行了一些操作。当自己作为用户使用时，就发现了一些令人不爽的地方。

比如，一开始设计的代金券只能一次性使用，如果代金券金额比较大，又没那么多本金，只能使用代金券的一部分，就会让人有种“代金券浪费了”的感觉。

于是，我就提出是不是可以把代金券多次使用。很快，产品就改进了设计。**这种改进很细微，如果你不是用户，只从逻辑推演的角度是很难看到这种差异的。**

当你吃不到狗粮时

不过，不是每家公司的产品都那么“好吃”。“吃自家狗粮”的策略对于那些拥有“to C”产品的公司来说，相对是比较有效的。但有时候，你做的产品你根本没有机会用到。

我曾经与很多海外客户合作过，我做的很多产品，自己根本没有机会使用。比如，我做过五星级酒店的审计平台。除了能对界面上的内容稍微有点感觉之外，对于使用场景，我是完全不知道的。

如果没有机会用到自己的产品，我们该怎么办呢？我们能做的就是尽可能找机会，去到真实场景里，看看用户是如何使用我们软件的。

比如，做那个酒店审计平台时，我就和客户一起到了一家五星级酒店，看着他们怎样一条一条地按照审计项核查，然后把审计结果登记在我们的平台上。

那些曾经只在写程序时见到的名词，这回就活生生地呈现在我眼前了。后来再面对代码时，我看到就不再是一个死板的程序了，我和产品经理的讨论也就更加扎实了。

有的团队在这方面有比较好的意识，会主动创造一些机会，让开发团队成员有更多机会与用户接触。

比如，让开发团队到客服团队轮岗。接电话，听听用户的抱怨，甚至是谩骂。你会觉得心情非常不好，但当你静下来的时候，你就会意识到自己的软件有哪些问题，如果软件做得不好，影响会有多大。

这时，你也就能理解，为什么有的时候，很多业务人员会对开发团队大发雷霆了，因为他们是直接面对用户“炮火”的人。

我们为什么要不断地了解用户的使用情况呢？因为用户的声音是来自真实世界的反馈。不去聆听用户声音，很容易让人自我感觉良好。还记得在“[为什么世界和你的理解不一样](#)”中，我们提到的那个只接收好消息的花刺子模国国王的例子吗？

我们要做一个有价值的产品，这个“价值”，不是对产品经理有价值，而是要对用户有价值。华为总裁任正非就曾经说过，“让听得见炮声的人来做决策。”

我们做什么产品，本质上不是由产品经理决定的，而是由用户决定的。只有听见“炮声”，站在一线，我们才更有资格判断产品经理给出的需求是否真的是用户所需。

当产品还没有用户时

如果你的团队做的是一个新的产品，还没有真正的用户，那又该怎么办呢？你可以尝试一下“用户测试”的方法。

之前我做过一个海外客户的项目。因为项目处于启动阶段，我被派到了客户现场。刚到那边，客户就兴高采烈地告诉我，他们

要做一个用户测试，让我一起参加。当时，我还有点不知所措，因为我们的项目还没有开始开发，一个什么都没有的项目就做用户测试了？是的，他们只做了几个页面，就开始测试了。

站在今天的角度，我前面已经给你讲过了精益创业和 MVP，你现在理解起来就会容易很多。是的，他们就是要通过最小的代价获取用户反馈。

他们是怎么做测试的呢？首先是一些准备工作，找几个普通用户，这些人各有特点，能够代表不同类型的人群。准备了一台摄像机，作为记录设备，拍摄用户测试的全过程。还准备了一些表格，把自己关注的问题罗列上去。

然后，就是具体的用户测试了。他们为用户介绍了这个测试的目的、流程等一些基本信息。然后，请用户执行几个任务。

在这个过程中，测试者会适时地让用户描述一下当时的感受，如果用户遇到任何问题，他们会适当介入，询问出现的问题，并提供适当的帮助。

最后，让用户为自己使用的这个产品进行打分，做一番评价。测试者的主要工作是观察和记录用户的反应，寻找对用户使用造成影响的部分。做用户测试的目的就是看用户会怎样用这个网站，这样的网站设计会对用户的使用有什么影响。

当天测试结束之后，大家一起整理了得到的用户反馈，重新讨论那些给用户体验造成一定影响的设计，然后调整一版，再来做一次用户测试。

对我来说，那是一个难忘的下午，我第一次这么近距离地感受用户。他们的关注点，他们的使用方式都和我曾经的假设有很多不同。后面再来设计这个系统时，我便有了更多的发言权，因为产品经理有的角度，我作为开发人员也有。

最后，我还想说一个程序员常见的问题：**和产品经理没有“共同语言。”**

因为他们说的通常是业务语言，而我们的口中基本上是计算机语言。这是两个领域的东西，很难互通。前面在讨论代码的时候，我提到要用业务的语言写代码，实际上，这种做法就是领域驱动设计中的通用语言（Ubiquitous Language）。

所谓通用语言，不只是我们写代码要用到，而是要让所有人说一套语言，而这个语言应该来自业务，来自大家一起构建出的领域模型。

这样大家在交流的时候，才可能消除歧义。所以，如果你想让项目顺利进行，先邀请产品经理一起坐下来，确定你们的通用语言。

总结时刻

今天我们讨论了一个重要的话题：倾听用户声音。这是开发团队普遍欠缺的一种能力，更准确地说，是忽略的一种能力。所以，“吃自家的狗粮”这种听上去本来是理所当然的事情，才被反复强调，成为 IT 行业的经典。

在今天这一讲，我给你介绍了“了解用户需求”的不同做法，但其归根结底就是一句话，想办法接近用户。

无论是自己做用户，还是找机会接触已有用户，亦或是没有用户创造用户。只有多多听取来自真实用户的声音，我们才不致于盲目自信或是偏颇地相信产品经理。**谁离用户近，谁就有发言权，无论你的角色是什么。**

如果今天的内容你只能记住一件事，那请记住：**多走近用户。**

最后，我想请你思考一下，在你的实际工作中，有哪些因为走近客户而发现的问题，或者因为没有走近客户造成的困扰呢？欢迎在留言区写下你的想法。

感谢阅读，如果你觉得这篇文章对你有帮助的话，也欢迎把它分享给你的朋友。

10x 程序员工作法

掌握主动权，忙到点子上

郑晔

火币网首席架构师
前 ThoughtWorks 首席咨询师
TGO 鲲鹏会会员



新版升级：点击「 请朋友读」，10位好友免费读，邀请订阅更有**现金**奖励。

精选留言



西西弗与卡夫卡

最近在做内部信息系统，昨天正好提到贴近用户这个话题，原话有些低俗。内部产品在设计和开发过程常常不如C端产品受大家重视，反正不管怎样都要用。看似团队不用像C端产品那样操心，需要别人捏着鼻子才能使用产品的结果就是成绩不容易被别人看到，问题容易被人挑刺，最后造成团队成就感低，以此恶性循环。痛定思痛，团队准备转换思路，用互联网C端用户理念重新审视内部系统，同样要明确目标，制定指标，更重要的是不光只是问需求，还需要到相关位置上轮岗，亲身体会用户的痛苦

2019-03-04 00:38

作者回复

坐在办公室里，很难做好软件。走出去，才会听到真实声音。

2019-03-04 09:40

UnivTime

1. 这是篇好文章，提醒了日常工作中重要却不被怎么提起的事项；
2. 开发自己使用不到的产品时最大的阻碍是，有些概念不理解，逻辑不太清楚，没有全局观，没法转换成编码语言；

2019-03-04 09:33