

# 什么是场景？

## I 场景的定义

定义1：场景是在某个时间空间下发生的有开始有结尾的事情片段。<sup>1</sup>

场景编写						
什么人 (who)	什么时间/什么情况下 (when)	什么地点 (where)	发生了什么事 (what)	心情怎样 (how)	他想做什么 (目标)	会有什么动作 (how)
客服	上班时接到某电话	办公室	得知对方停机了	心情很着急	帮助对方手机快速恢复正常	查看话费余额
客服	...	...	...	...	...	...
手机号码主人	上班路上	地铁	手机余额充足，手机突然停机	借别人电话很焦急	手机快速正常，不想失联	检查话费 打客服电话

定义2：场景是一种虚拟的、关于用户如何使用产品去达成特定目标的描述。描述涵盖了基本的5w1h (who、what、when、where、why 和 how)，更细致的话还可以考虑到用户的生理（身高、体力、视觉、听觉、嗅觉、触觉、健康等）、心理（心智模型、情绪等）及文化（国家或地域文化、受教育水平等）状态。<sup>2</sup>

定义3：<sup>3</sup> 场景7要素分别为：

1. 用户

也就是用户是谁，使用者是谁，可以是一个人、或者是某一类人，比如：小王，创业者，产品经理。

2. 环境

可以是时间，空间、地点等约束条件。比如：星期一晚上下班回家的路上，公司的销售办公室内。

3. 时机

也就是触发用户产生目标的事件或者是影响用户行为变化的环境。比如：今天上班，明天周末就要放假了；昨天还是大太阳，今天就下雪了。

4. 目标

也就是用户产生的目标，比如：明年年底前写完一本书，今天中午午饭吃火锅。

5. 动作

也就是为了实现目标，采取的一系列动作。比如：打开电脑，打开文件，开始打字；拿出充电器、插上电，给手机充上电。

6. 载体

就是和什么样的载体发生了互动；比如：手机，电脑，村委会门口的宣传栏。

7. 任务

通过一系列动作，完成了任务。比如：炒好了一个菜，爬上了山顶。

场景7要素，用一句话来总结就是：在某一个环境下，出现了某一个时机，然后某人带着某个目标，通过某个载体，采取一系列的动作，最终完成了任务。场景7要素还可以变成4要素，也就是仅需要4个要素，也能把一个场景给描述清楚。

这4个要素分别是：用户、环境、时机、事件。用户、环境、时机的相关解释，文中已提到；事件的意思是要推动什么样的事情就是向前发展。

也就是说，场景4要素里的“事件”，把场景7要素里的“目标、动作、载体、任务”给替代了。

## II 基于场景的业务梳理 V.S 基于流程的业务梳理

基于“**流程**”的梳理，先梳理流程的“角色”，然后设计功能框架设计功能。这种方法下面有个问题，虽然设计出来的东西很正规很规范，业务可以跑通且没有交互也没什么问题，但是总感觉不到产品亮点！或者使用上去，这产品就是“我的菜”的感觉。

基于“**场景**”的梳理，当场景发生、来临的时候，产品与用户的贴合度是极为高，产品的生命力是很强。而基于“**流程**”的角度来分析，只能说这个功能能满足用户的浅层需求，但是总满足不到用户内心的那种期望或者兴奋的需求。<sup>4</sup>

## 场景梳理的步骤

### 方法1-四步走<sup>4</sup>

- 1、梳理**主业务流程**及设计的**角色**（或者用户群体）
- 2、梳理**角色-子场景**：用户在这个业务下面（主场景），存在什么样的困难与疑惑（子场景），通过问卷、观察用户行为等方法，来获取真实的场景描述
- 3、区分**核心场景、次要场景**，构建整个场景故事：资源是有限，集中精力去解决最常用，最核心的场景，然后再逐步搞次要场景，建立起**整个场景树**
- 4、对场景进行**5why**的深入挖掘：挖掘场景**背后用户群体的心理**，期待需求（用户想用什么功能来实现这个需求，而不是这个功能能满足什么需求）

#### 涉及的知识点

- 1、UML建模：流程图和角色用例，用例示例。如果只是纯场景分析，会有一个比较大的问题，场景包含多个角色的情况下，就很难使用纯场景分析。
- 2、需求价值判断：每个人的理解不一样，判断标准都不一样。这里是对高频、需求与战略匹配度等判断，纯经验，没弄那种好看但没什么用的表（如需更好的，可以找其他知识点）
- 3、工作分解结构（简称WBS）与MECE分析法：结构化的思维，对场景不断分解，做到“相互独立，完全穷尽”，确保相关场景都存在（如果发现漏的，就补充就是了）。
- 4、根本原因分析（RCA）：这个虽然看上去跟工作分解结构很像，但是实际上是思考的一种方法
- 5、KANO 模型：拆分每个场景下基本需求、期望需求、兴奋需求。通过期望需求的满足，可以提升产品的满足度，这样就不仅仅只是“完成”这事，而是“做好”这事

#### 案例拆解

- 1、梳理主业务流程（主场景）、对应各个角色、角色发生的问题（子场景）



- **确定业务场景：**也就是在主业务流程中，每个参与者需要完成的具体任务，比如下单、支付、发货、退货等。你可以通过问卷、访谈、观察等方式，来收集用户在每个任务中遇到的问题和需求。
- **确定场景要素：**也就是在每个业务场景中，需要考虑的用户、环境、时机、事件、目标、动作、载体和任务等要素。你可以通过场景编写模板，来描述每个场景的具体情况和细节。
- **确定场景价值：**也就是评估每个业务场景对用户和产品的价值大小，以及实现的难易程度。你可以通过价值-成本矩阵，来对每个场景进行排序和筛选。
- **确定场景解决方案：**也就是根据每个业务场景的价值和需求，设计出相应的产品功能和交互方案。你可以通过原型图、用户故事、用例图等方式，来呈现你的解决方案。

参考：

- 
1. [什么是场景？怎么理解场景？ - 简书\(jianshu.com\)](#) [↗](#)
  2. <https://www.zhihu.com/question/27958689/answer/71348775> [↗](#)
  3. [B端产品如何进行业务全场景的需求梳理？ | 人人都是产品经理\(woshipm.com\)](#) [↗](#)
  4. [产品场景梳理方法与基于场景的产品设计方法 - 知乎\(zhihu.com\)](#) [↗](#) [↗](#)