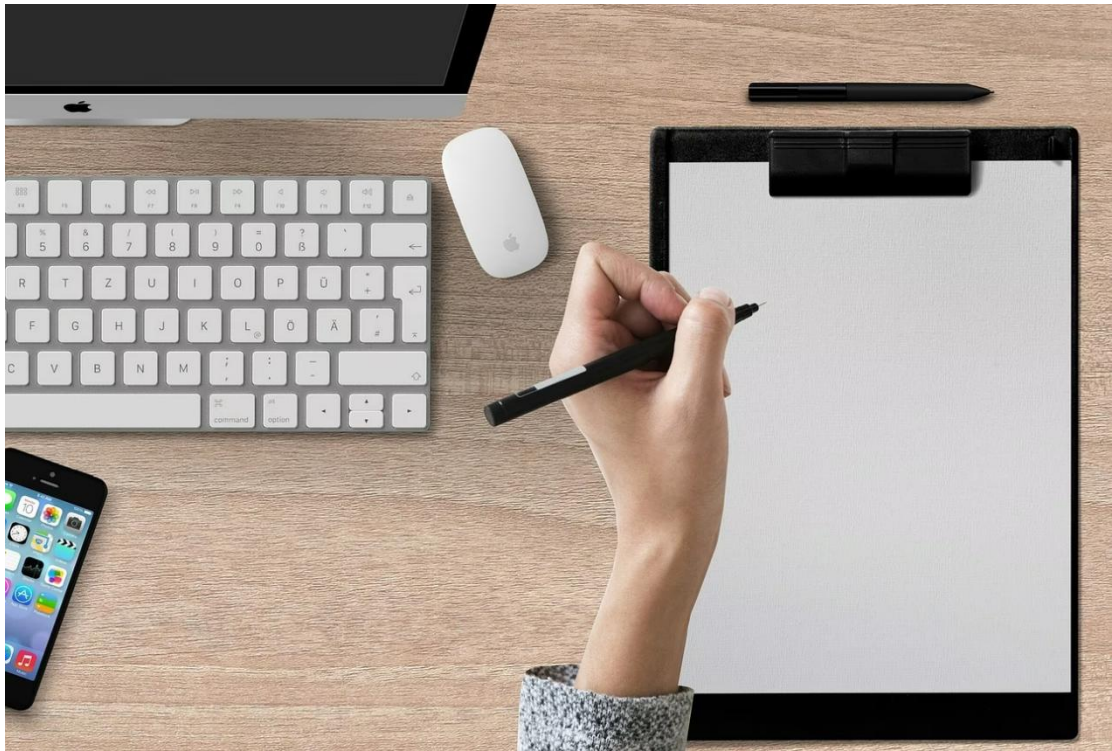


SaaS 产品设计核心要点

SaaS 产品（Software as a Service）是指一种基于云计算技术提供的软件服务模式，用户可以通过互联网连接到 SaaS 产品提供商的平台，使用相应的软件服务，无需安装和维护软件，只需支付一定的费用。这种服务模式已经成为许多企业和组织的首选，不仅可以大幅降低 IT 成本和人力成本，还可以提高业务流程效率和服务质量。作为产品或者设计人员在设计 SaaS 产品的时候到底需要注意哪些问题呢？



一、SaaS 和 C 端业务的差异

SaaS（软件即服务）和 C 端业务（面向消费者的业务）是两种截然不同的业务模式，它们在以下几个方面存在差异：

目标用户群体：SaaS 主要面向企业和组织，提供各种软件应用程序和服务，例如项目管理工具、客户关系管理系统等。而 C 端业务则直接面向普通消费者，提供直接的产品或服务，如社交媒体应用、电子商务平台等。

产品特点：SaaS 产品通常是在线的、多租户的，通过云计算技术提供功能丰富的软件解决方案。用户可以通过订阅或按需付费使用这些软件。相比之下，C 端业务的产品通常是针对个人使用的，可能是手机应用程序、网站或其他形式的消费者产品。

销售策略：SaaS 通常采用长期许可协议或订阅模式进行销售，以长期稳定的收入为目标。销售过程可能需要与企业客户进行谈判和合作。而 C 端业务通常更加注重市场推广和用户获取，采用免费或低成本的用户获取策略，以大规模用户增长为目标。

数据安全性和隐私：由于 SaaS 服务通常涉及企业敏感数据，对数据的安全性和隐私保护要求较高。因此，SaaS 提供商需要投入大量资源来确保数据的安全存储和传输。而 C 端业务对数据安全性和隐私保护的要求相对较低，但仍然需要采取适当的措施来保护用户数据。

客户支持：SaaS 服务通常需要提供专业的技术支持，包括培训、在线帮助中心和 24/7 的技术支持团队。C 端业务可能也提供一定程度的客户支持，但往往更加注重用户体验和简化的产品界面，以减少用户的需求。

二、SaaS 和 C 端产品形态差异

1. SaaS 软件的使用角色会很多，比如像商城的 SaaS，会涉及到采购、运营、财务、出纳、库房等很多角色，每个角色用到功能模块不一样，但又是整个链路中不可缺少的一环；需求各种各样。

2. SaaS 产品更多的是满足客户的需求，客户的需求是真实存在的。SaaS 产品经理需要做的不是去挖掘需求创造需求，而是梳理客户的业务、需求、场景、链路。

3. SaaS 的产品复杂度更高，每个客户都有自己的需求；SaaS 产品经常需要面临个性化的需求，产品经理需要能够对个性化的需求进行抽象，通过配置化、原子化、组件化的方式满足客户需求。

4. SaaS 产品设计时在满足客户需求的时候，应该优先考虑商业价值，毕竟 SaaS 产品是以软件售卖作为主要收入的；在产品功能上线前就要考虑产品定价策略。

三、产品设计原则

1. 客户第一

做 SaaS 产品的第一原则是尊重客户，尊重客户的需求，对客户充满敬畏。说着简单，但是做起来却没有那么简单。要时刻想着为客户解决问题，去了解客户的使用场景和痛点，思考客户为什么有这样那样的需求，需求上线了是否能满足客户的需求，是否影响其他客户的使用；不能说“我”觉得这个功能对客户有用，这个功能客户一定会用，这种思维是做不好 SaaS 产品的。客户使用软件出了问题，需要能够第一时间快速解决客户问题。

2. 客户共创

SaaS 产品经理不能闭门造车，一定要走进客户的企业进行调研访谈，针对每个角色用户的使用流程和使用场景都要仔细调研，亲身感受。听钉钉的创始人无招讲过客户共创，他们在创业初期的时候在一些重点行业选取了几个种子客户，产品经理、设计、开发深入到公司调研，一待就是几天，整理了详细的调研资料。产品功能上线后，再实地去坐在客户旁边，看着客户使用，过程中的痛点难点一一记录，回去快速迭代。通过深度的客户共创，钉钉快速成为办公软件领域客户数最多的产品。

3. 客户调研

跟第 2 点的客户共创意思差不多，就是要去频繁的调研和拜访客户，了解行业、了解客户，拜访客户可以了解到很多事情。比如：客户的业务是这么开展的；虽然是同一个行业的，这两个客户的业务玩法不一样；客户原来会同时用我们竞品的软件；这个产品功能入口这么明显，怎么会找不到呢？这个功能没有，客户确实是用不起来。

实地的客户调研和在办公室里看别人的调研报告的体感是完全不一样的。再举另外一个例子，作为产品经理，和开发“Battle”不可避免，开发同学很多时候不是故意刁难产品经理，而是不理解为什么会有这种需求。在碰到这种情况，我会拉上开发一起去调研客户，开发了解到客户的痛点，做起需求来一点不含糊。

四、产品设计策略

1. MVP

记得刚入职的时候参加公司产品总监的一场产品培训，他有个章节是“Fxxk MVP”。C 端产品的 MVP 是我有个 idea，先以最短的时间上线个 MVP 版本，让种子用户能把核心流程用起来再说，一边推广积累流量，一边迭代产品功能。但是 SaaS 产品按照这个思路做，一定是死路一条；SaaS 产品也讲 MVP，但是这个 MVP 是整个链路都要覆盖到，各个部门的功能都要有。举个例子，做采购的 SaaS 产品，只满足公司采购人员的使用场景是远远不够的，也要满足财务、仓储等角色的功能，不然整个流程就跑不起来。

2. PMF (Product Market Fit)

SaaS 产品是需要商业化的，那么什么时候产品能够商业化呢，实现产品的 PMF 才能够 GTM (Go To Market)。不同公司和不同产品的 PMF 衡量标准是不一样的，一般可以以圈定种子客户的用户留存率作为衡量标准。我看有些文章说以 LTV/CAC 作为 PMF 衡量标准，是不可取的，在 PMF 阶段的产品肯定没有大规模商业化，也不会有 LTV 和 CAC。

3. 商业价值

SaaS 产品既要考虑用户价值，也要考虑商业价值。一个产品功能在设计出来之前，就要想这个产品功能是否要商业化和怎么商业化。开放试用的阶段，就要评估潜在商业化策略的可行性。不能像 C 端产品一样，只考虑用户数和留存率，商业化由另外一个广告产品团队负责。

4. 注重大客户

大客户的使用场景最复杂，业务场景也代表了业界的先进实践，往往引领这个行业的发展。所以做产品设计的时候也要更关注大客户的需求。这样设计出来的产品才能是 SaaS 业界领先的产品。而且产品功能满足大客户的需求，基本上就能满足小客户的需求。

5. 注重数据

SaaS 产品也会产生很多数据，有些刚入门的产品经理认为 SaaS 产品可以不用关注数据；但是事实上 SaaS 产品一样要关注数据。通过数据分析和用户调研反馈一起来推动产品的优化。

五、产品设计注意点

1. SaaS 产品功能不要轻易下线

产品功能下线会影响到客户使用，尤其是写到合同里的产品功能，不能像 C 端产品一样，说下就下。

2. SaaS 产品功能不要轻易改版

非必要不要轻易去改动版本，因为有大量的老用户已经习惯之前的版本，若改动将会带来大量的用户投诉，用户是不会去理解改版的理由，毕竟他们已经习惯了原来的界面和操作。用户不会太在意产品功能布局、交互、视觉这些东西，尽量不做信息架构和交互框架的改动。

3. 需要重视底层的产品架构

SaaS 产品要满足客户各种各样的场景；SaaS 公司的中台要能够支持各个产品线灵活拓展；因此每个产品线产品设计都要做好分层，要做到架构可拓展、能力可复用；避免烟囱式的堆功能。

4. 先能用，再好用

相较于 C 端，SaaS 产品更重视可用性，功能完善度；页面的美观是其次。因此 SaaS 产品功能要先能用，其次是好用；产品经理在体验和功能完善度要优先倾向于功能完善度。

5. 产品稳定性

对于 B 端客户来说，产品稳定性至关重要；SaaS 产品挂一分钟，对客户的业务影响都是巨大的产品。