

编辑导读：不少人都想要在“金三银四”谋得一份好工作，近几年的B端行业一直颇受欢迎。但即使是有一定经验的朋友，也会对B端存在一些误解与困惑。本文作者梳理了一份B端面试的指引，希望能帮大家理清思路、从容应对面试。



一、B端面试如何自我介绍

面试通常以自我介绍作为开场，可以说是必备环节了。明明简历上都写的很清楚了，为什么还要应聘者自我介绍呢？一个是面试官不一定是HR，他对应聘者没有基础的了解，需要一个简短的认识过程；第二个是面试官也不知道该如何开场，自我介绍是打破尴尬局面的首选方案。一个好的自我介绍可以为我们建立良好的第一印象，那么B端设计师应该如何自我介绍呢？

1.1 自我介绍通用公式

自我介绍通用公式：我是谁+从哪里来+为什么来+能带来什么；“从哪来”简单介绍你的工作经历，“为什么来”展现你对招聘方所做的功课，“能带来什么”表示你所持有的经验、资源。除了“我是谁”，后面3个节点都要紧绕着你的B端专业度和行业专业度。



韩梅梅说：我是韩梅梅，上一份工作任职于深圳小鹅网络技术有限公司，负责小鹅通商家后台——在线教育SaaS平台CMS与CRM的用户体验设计。我知道钉钉有一个共创理念，我也非常赞同，只有与用户近距离深度沟通、共同创造，才能切实提供客户价值。

之前为了解决商家续费率缓慢增长的问题，我去帮各种不同客户运营店铺，尽可能地贴近用户、还原真实场景，再结合大量的数据分析，发现店铺装修完成率背后的沉没成本，一定程度上影响着商家的活跃度与续费率。于是我带领团队快速地迭代店铺装修方案。产品上线3个月后，店铺装修效率提升了168%，商家活跃度环比增长37%，续费率也在持续增长。我希望能有机会加入钉钉教育团队，我们一起和用户共创出更多高效益的价值产品。



每个行业具有鲜明的属性差异，且各个公司的业务模式不同，而每个人的项目经历也不同，所以对于“为什么来”和“能带来什么”我无法给出全面详尽的建议，大家可以参考韩梅梅的回答，紧绕你所处的行业及业务。对于“从哪来”可以使用产品定位通用公式（仙女指路□□□□1.3），要想一句话介绍清楚，那么我们必须先了解B端到底是个啥

1.2 B端基础认知

我们常说的“B2B”指“Business to Business”，即企业与企业之间通过网络，进行信息流通、资源共享、开展交易活动，是产业互联网主要的商业模式之一。你可以简单理解为供需双方都是企业，通过网络把传统的线下业务流程转化到线上。

这个时候可能就会有朋友问了，什么又是产业互联网？产业互联网就是将传统行业的产业链互联网化，利用大数据、云计算、人工智能等新技术，打通复杂的整个产业链上下游、连接供给侧到需求侧的海量节点。简单来说就是从研发到生产，再到交易流通，甚至融资，都利用网络互联信息化。

比如过去传统的物流行业，信息化程度低，全靠人工规划运输线路，效率低且不精准。随着产业互联网渗透，大规模数据化和AI技术精准匹配连接，自动智能规划最佳运输路线，中国货物运输的平均距离从2010年的438公里降低为2018年的397公里。在这个转化过程中，产业互联网极大地降低了企业的人力成本、运输成本、时间成本。

再比如企业内部的员工培训，企业外部的加盟商培训、客户培训，受限于时间、地域问题，一位讲师所能培训的人员有限。而在产业互联网的作用下，现在我们可以在线培训打破时间、空间限制，更广泛的连接组织，不需要集中培训，只需少量讲师在线上即可完成全部培训任务。在这个转化过程中，产业互联网极大地提升了人效、降低企业成本。



那么问题来了，你目前所处哪类行业，即将面试的这家属于什么行业？是否有相关性？

1.3.2 交付模式

交付模式即产品如何交给客户，分为自研、第三方、SaaS。

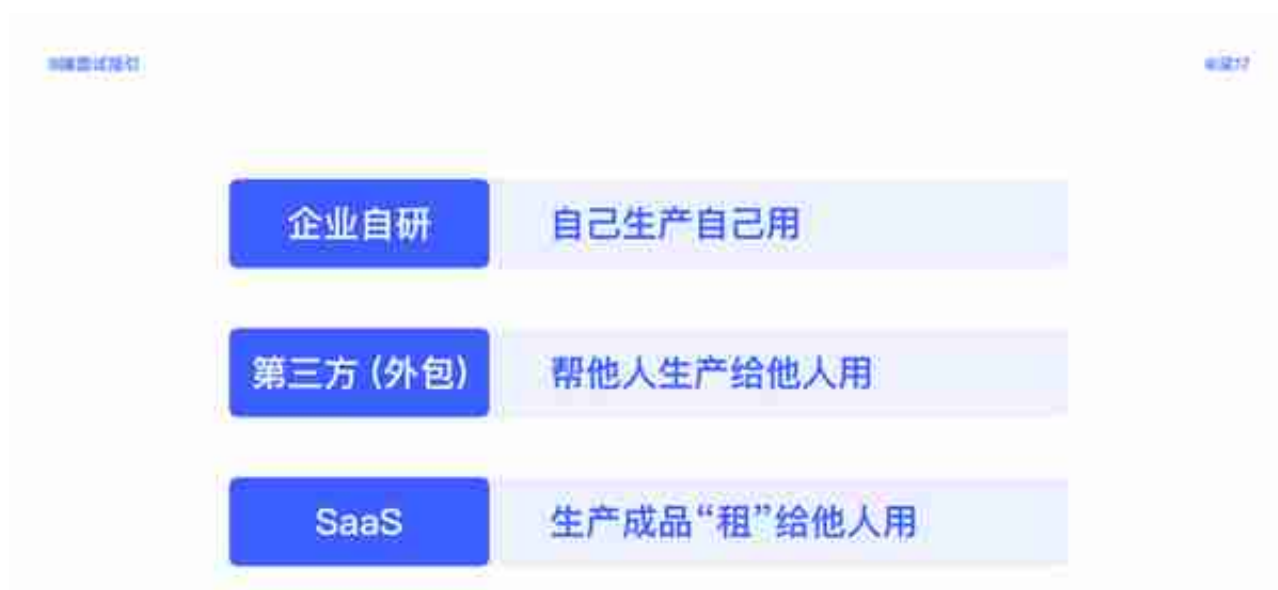
1.3.2.1 企业自研，自己生产自己用

很多实力雄厚的企业会根据业务的重要程度选择性自主研发产品，一方面能产出个性化的解决方案，与业务高度匹配；另一方面也保证了自主知识产权，更安全高效地赋能业务。

例如字节的飞书就是自研的模式，一开始只是服务于公司内部的邮件、文档和IM工具。不过后来作为企业协同办公软件推向了市场。



我们单看知识产品注重的版权保护模块，除了共有的加密水印防录屏，旗舰版比其他两版多了防盗链、查看限制功能。



那么问题又来了，你目前负责的产品是哪种交付模式呢？

1.3.3 业务类型

在《决胜B端》中，作者基于服务对象将B端产品大致划分为3个方向：

- 支持业务团队的业务平台方向，例如销售团队使用的CRM系统、物流团队

- 使用的TMS系统、保证所有团队业务数据管理一致的MDM系统
- 支持员工内部协同的办公协同方向，例如内部沟通使用的IM系统、人力资源管理使用的HRM系统、公事流转审批发布等使用的OA系统
 - 平台业务模式中支持供给方的商家管理方向，例如平台管理商户使用的商户管理系统、商户经营管理自家业务使用的商家自主管理系统

	所属行业	交付模式	业务垂类
 Kingdee 金蝶云	全行业	SaaS	ERP
 易流科技	物流运输	SaaS	TMS

Question 你能用一句话描述你的产品吗?

二、到底什么是SaaS？

谈SaaS必然绕不开IaaS、PaaS，它们是B端绕不开的3种云计算服务模式。别害怕，等会儿眼神坚定一点，保你轻松搞懂它们三。假设我们要在网上开店，我们有4种方式

2.1 IaaS、PaaS、SaaS区别

2.1.1 全部自己做

我们需要买服务器、存储设备、网络设备等基础设施，放自己家里（如果你家足够大且保证温度、适度、提升地板、防火系统等物理环境）或者租一个机房，自己搭建开发运行环境，自己开发写代码。这个用专业术语来说，叫做本地部署

2.1.2 买IaaS服务（Infrastructure as a Service，基础设施即服务）

我们可以跟阿里云、百度云、腾讯云购买IaaS服务，它们解决了硬件设备问题（服务器、存储设备、网络设备、机房等），以API接口的形式提供云主机给我们。我们在此基础上，自己搭建开发运行环境，自己开发写代码即可。

2.1.3 买PaaS服务（Platform as a Service，平台即服务）

我们还可以跟云厂商购买PaaS服务，它们不仅解决了硬件问题，还解决了开发运行环境的搭建问题，我们只需要自己开发写代码即可

2.1.4 买SaaS服务（Software as a Service，软件即服务）

我们甚至可以直接跟有赞、微盟等服务商购买SaaS服务，它们不仅解决了硬件问题、开发运行环境问题，还解决了开发技术问题。你可以直接使用，亦或者简单配置一下店铺装修即可（选模板、传图片等等）

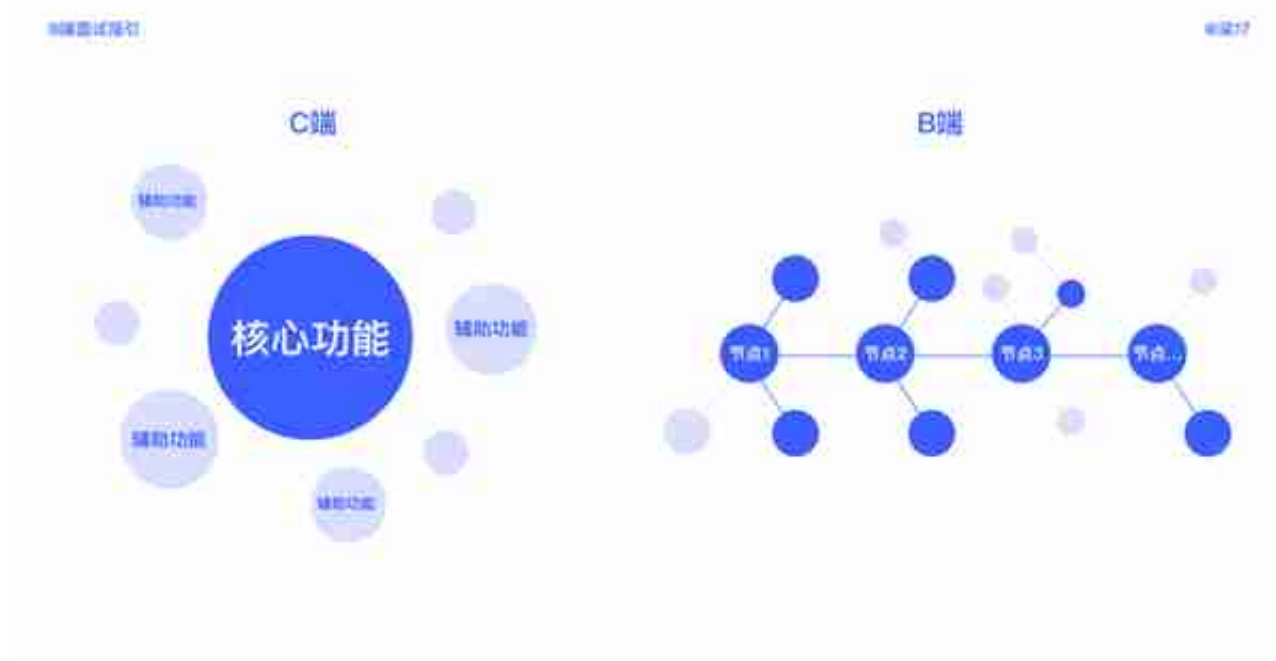


2.2 SaaS特性

这里要注意的是我们购买的服务，买的是资源使用权，而非资源本身。例如我们购买IaaS时，只是购买计算、存储、网络等资源的有限使用权，而不是购买了背后的服务器等基础设施。这就使得云计算服务天生带有租赁基因，无论是IaaS、PaaS还是SaaS，我们需要根据购买服务的多少与使用时长，给予相应的服务费，本质上来说其支付模式就是一种租赁模式。

对于开发应用的企业、团队和个人来说，SaaS是最为便捷和低成本的选择，Salesforce创始人马克·贝尼奥夫曾描述SaaS：“让软件变得和水电气很相似，只需要每月缴纳固定的费用即可享受服务”。

注：Salesforce是全行业SaaS模式CRM技术服务商，也是全球首屈一指的SaaS巨头



3.2 产品诉求 – 设计目标

C端产品无论是要解决什么样的需求，其产品诉求无外乎拉新、促活、留存、转化、传播，那么就会有大量的专题活动、促销运营、情感化设计，通过强烈酷炫的视觉表现来实现产品目标，这也是为什么C端产品总是给人花里胡哨的感觉。

B端产品为解决企业降本增效的需求，产品诉求以满足客户需求为基点，实现续约、口碑传播、行业影响力，那么就会更注重客户价值，深度洞察业务，通过合理的结构布局、高效易用的操作逻辑来实现产品目标。

3.3 客户价值 – 用户体验

C端产品中个人消费者既是客户亦是用户，谁越能抢占用户时间，谁能分到的蛋糕就越大，所以用户体验尤为重要。虽说有时候用户体验会对产品价值做出一定让步

，因为在不同产品阶段，侧重点有所不同，但是没有一个产品经理会说用户体验不重要。

B端产品中客户不一定是用户，决策者、买单者、使用者大多不是同一个人，只有切实解决客户经营问题、创造价值，客户才会愿意付出成本来使用我们的产品。好的用户体验是帮助用户了解产品逻辑、提高业务效率，在一定程度上影响着客户价值。虽然使用者多数情况下没有决策权，但是有一定的建议权，所谓硬汉难避枕旁风，如果普遍用户都向决策者反馈产品难用，那也是很严重的事。所以对于B端产品来说，在产品性能、效率的基础上，用户体验也非常重要。

3.4 使用场景 – 设计语言

C端产品充斥着碎片化的生活场景，同时产品同质化严重，为在短时间内吸引用户注意力、在众多产品中脱颖而出，设计风格呈现多样化、个性化、趣味性。

B端产品多在工作中需要长时间沉浸式使用，为帮助用户集中注意力、高效完成任务，设计风格多为冷静、克制、干净、简洁，相较于视觉，更多的是注重如何让用户理解产品逻辑。



3.6 业务逻辑 – 设计资产

C端业务场景都基于真实生活需求，我们每个人都是用户，场景还原成本较低。我

们可以通过市场调研、竞品分析、场景还原，提炼出一套符合行业标准、大众所能接受的系统规范。

B端产品行业属性较重，我们大概率不是用户，业务场景还原成本高，甚至没有条件还原。我们需要深入用户调研，尽可能地接近真实业务场景，与用户共同创造，基于业务底层逻辑提炼出强整合性、高兼容性、高拓展性的系统规范。



4.1.3 OA

国内传统OA厂商有着较为成熟的垂直行业解决方案，例如较为标准化的泛微、偏定制化的蓝凌、文档管理与流程做得比较好的致远、专注OA workflow管理的华天动力。新秀厂商就多为轻量灵活，例如极致沟通的企业微信、定位为更安全的企业数字化连接器的华为云WeLink、高效协作与管理的飞书、适合中小型企业钉钉、美团内部使用的大象、汇报型数字化管理的蜂鸟汇报。还有专注于文档协作的石墨文档、语雀，项目管理的Teambition、TAPD，视频通讯的腾讯会议。

国外具有代表性的有项目管理的Trello、ONES、Asana、Leangoo、Worktile，事务跟踪的Jira，知识管理的Confluence，文档协作的Notion，内部沟通协作的Slack、Yammer，文件储存共享的Dropbox，视频通讯的Zoom。



4.2 获取大法

4.2.1 注册试用行业头部产品

B端属于服务行业，拓展客户自然要有官网做支撑。客户通常也不会贸然花费金钱、时间、精力去购买使用一款影响产生效益的产品，服务商一般都会提供3-15天的试用，我们可以直接在官网注册试用。

如果你不想接到销售人员的热情服务，可以选择微小号（两个号码10元/月，仅支持联通）或阿里小号（普通号20元/年）等虚拟号来注册账号。不过我个人还是比较喜欢用工作号来注册的，因为我对产品有不懂的地方可以直接请（bái）教（piào）销售人员。

4.2.2 使用手册/帮助文档

有一次想体验某款产品时，被卡在了企业绑定上，在原地转了3圈后，发现帮助文档里面不仅有界面截图还有详细的操作流程讲解，相比起个人摸索，更能快速了解产品逻辑。快夸我机智~~

4.2.3 预约演示

不少服务商还提供预约演示，由专业的PMP或ACP根据你的（假设）需求量身定制解决方案，远程线上演示。这种就适合业务流程复杂，或试用版功能权限无法满足

你的情况。需要注意，在演示之前，请仔细想好你想要了解的相关流程，准备好问题并做好录屏，不要使用太过专业的互联网词汇，避免露馅。