

简单之美

— 内部创新中的简单思维

李军

IGT科技开发（北京）有限公司

Robert.li@igt.com



联合国教科文组织指出：
“未来社会的文盲
不再是不识字的人，而
是不会学习的人。”

知识更新周期

18世纪 80~90年

19世纪 30~40年

20世纪

70年代以前 15~20年

70年代以后 5~10年

90年代以后 3~5年

知

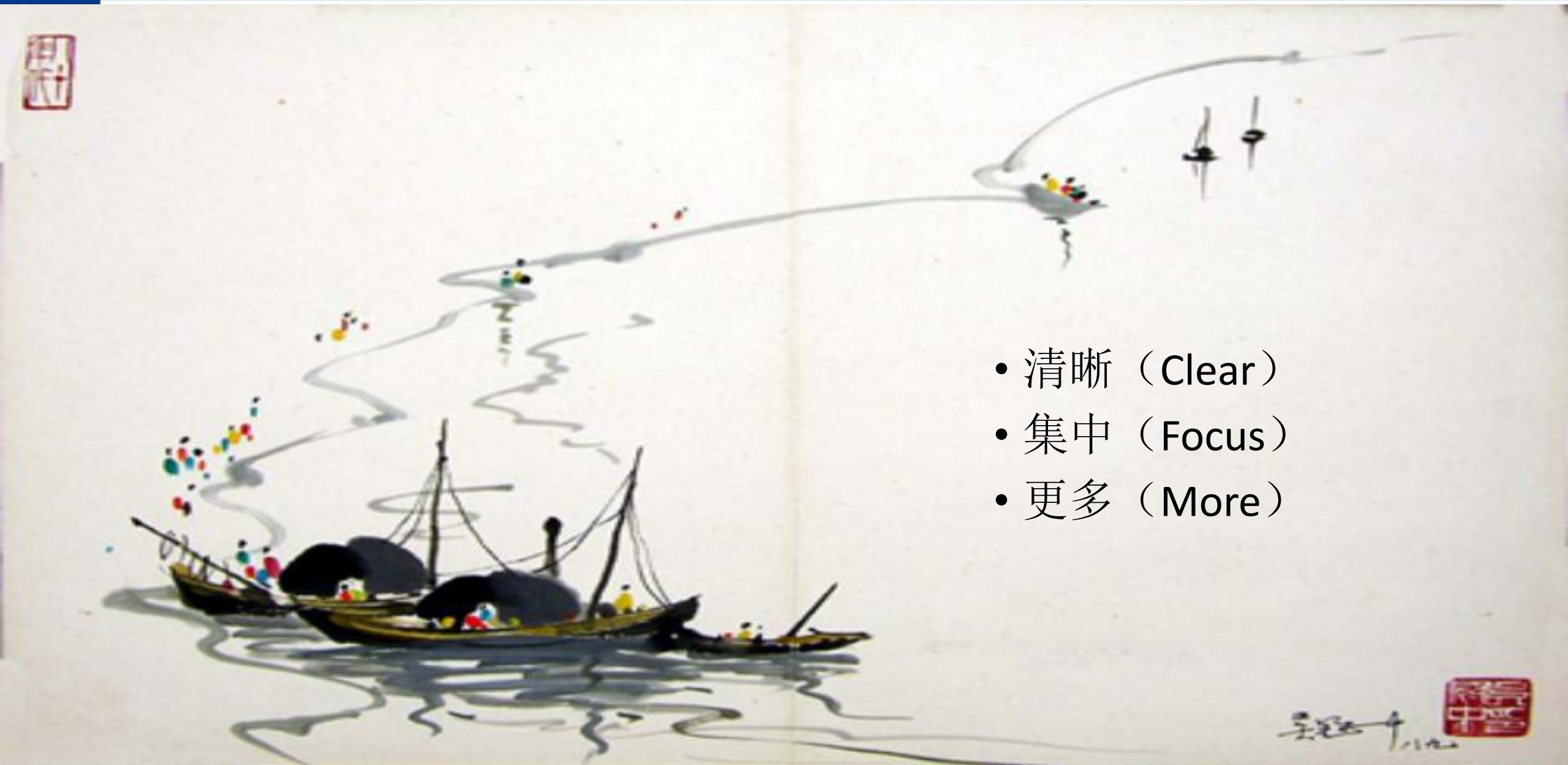
识

- 信息时代知识爆炸，太多的知识信息需要处理；
- 知识处理设施（人脑，电脑）的容量有限，只有抓住本质，才能利用有限的容量，处理更多的知识；
- 现代社会快速发展，只有化繁为简才能快速迭代。



- 简单思维是指把复杂问题简化从而更快更好的解决问题的思维方式；
 - 由简单到复杂是自然进化之道，由复杂到简单是智慧进化之道；
 - 当我们能够把复杂的事情从简单的角度看清楚，这实际上就反映了一种思维的深度和高度。





- 清晰 (Clear)
- 集中 (Focus)
- 更多 (More)

- 身在其中，一叶障目，不见泰山；
- 没有抓住事物的本质；
- 没有优先级，眉毛胡子一把抓，。
- ...



- Big Picture;
- 根据优先级区别对待;
- 小步快跑, 知行合一;
- ...



- 简单思维的两个维度：
 - 理解事物 – 思
 - 最优方法 – 行
- 把事物提纲挈领的删繁就简，抓住事物的骨骼；
- 有优先级的对待不同的事物，抓住事物的本质。

- 现有事物的继承 – 简单思维
- 新事物的创造 – 创新思维



- 测试团队的内部创新
 - 主营业务的创新目标：提高效率（多快好省）
 - 新产品的创新尝试目标：实用化的产品（开辟新的盈利点）



- 现代测试已经成为一个专门的学科，各种理论方法层出不穷；
- 在实际工作中经过测试团队大量测试的产品在上线是还是会出现很多问题；
- 本质原因：虽然使用了各种测试的理论和方法，但是忽略了客户真正的使用习惯和使用场景。

- TestOps是指测试人员参与运营维护，从而更加了解产品实际运营使用需求与实际场景，进而帮助测试人员更加准确的把握产品的核心测试点，达到用最小的资源取得合适的质量级别的方法。

- 测试人员的知识结构



- On-site Support
 - Real Case Sharing
- EDA – All issues found on site will be analyzed and take correction action.
 - 5 Why
 - 流程的改进 – 问道于方法

TiD2016



- **Must:** 分解到进程级别

- Optional: 进程内的分解

- 产品 (Product-wise)
 - 做什么
- 团队 (People-wise)
 - 谁来做
- 项目 (Project-wise)
 - 怎么做



- 大趋势
 - 移动互联
- 痛点
 - 开源
 - 节流
- 自身特点
 - 小而美的产品





- 我们的小而美原则
 - 功能明确
 - 核心价值
 - 对现有产品改动依赖度小
 - 便于实现及部署
 - 盈利模式简单清晰
 - 市场思维vs.工程师思维

- 现有移动设备的替换;
- 现有功能的移动化拓展;
- 新的移动化功能的引入。



- 小改动
- 快迭代



- 集中资源
- 目标（简单、明确）
- 人员使用（勿求全，用专长）

SIMPLIFY

- 主营业务
 - 简单测试
 - MSC系统分析
- 产品创新
 - P3模型





- 联系方式:
 - 李军
 - IGT科技发展（北京）有限公司
 - robert.li@igt.com

