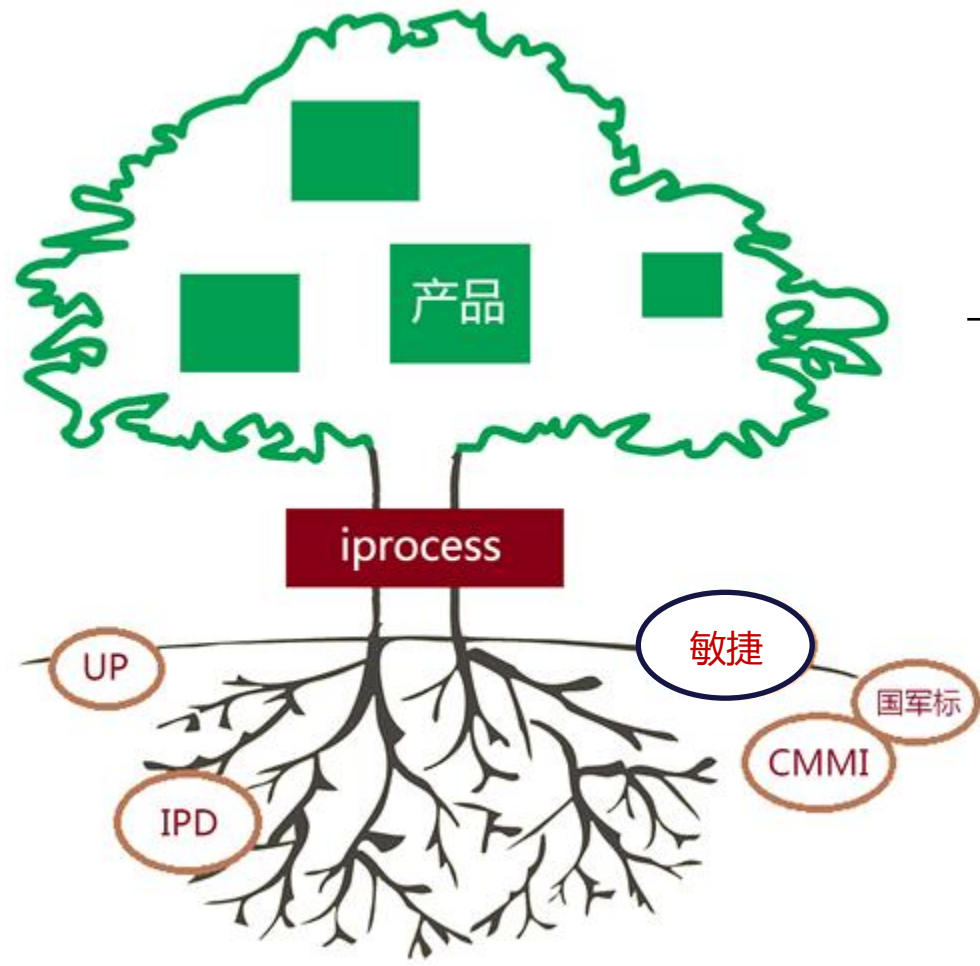
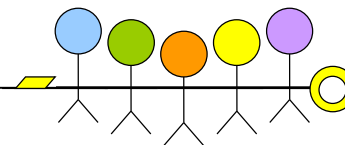


iProcess  
自主过程，核心竞争力



# 测试的定位 ——从市场角度看测试

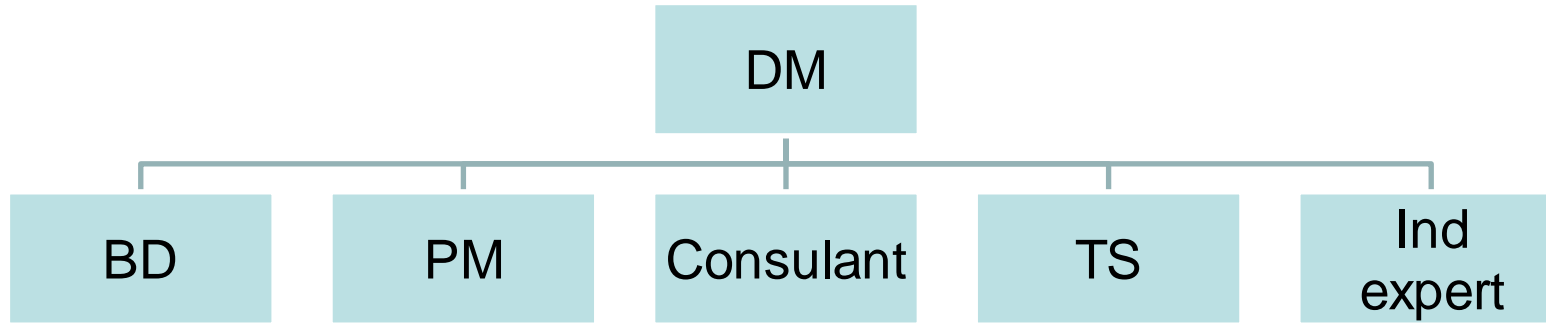
胡渊



- 用户、产品和 企业定位
- 如何组织测试
  - 从用户（客户）端到产品发布的流程
  - 市场、产品、研发、运营人员的职责划分
  - 不同角色的交接点和交接方式
- 关键难题的处理方法
  - 如何为用户创造价值
  - 如何进行产品创新
  - 如何应对需求变更
  - 如何保证产品质量
  - 如何塑造具有战斗力的团队

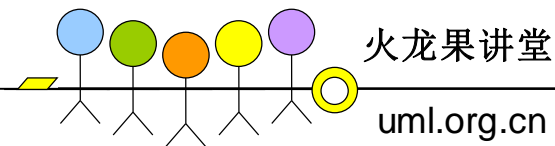
- 以大型企业为服务对象的测试服务供应商
- 提供的服务：性能，功能，自动化，管理，敏捷，咨询

# 测试组织架构图



	金融	电信	交通	能源	医疗	零售	政府
功能							
自动化							
性能							
安全							
架构							
数据							

# 关键难题的处理方法

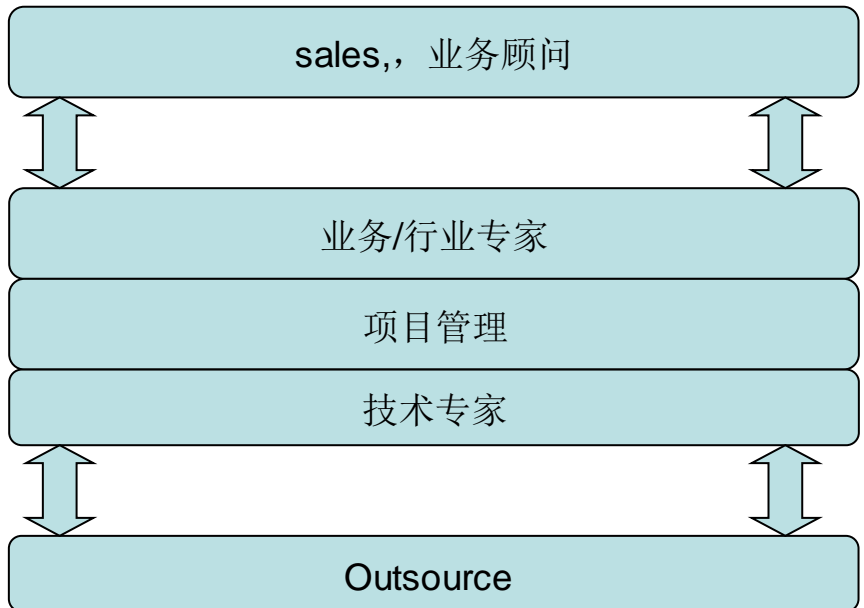
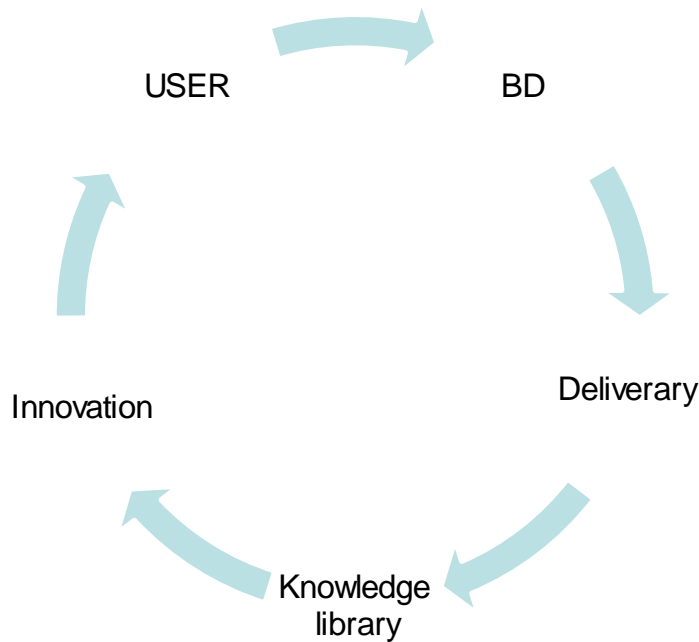


- 如何为用户创造价值
- 如何进行产品创新
- 如何应对需求变更
- 如何保证产品质量
- 如何塑造具有战斗力的团队

- 节约研发成本
- 最大限度支持客户的IT需求
- 核心抓住四个字
- 客户对IT的真实需求

# 产品创新——测试的核心价值

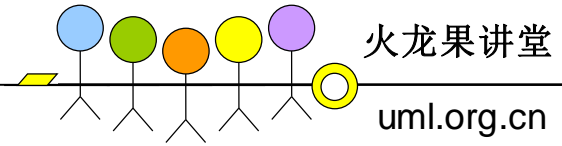
- 有专门行业背景的技术型人才
- 测试团队的发展和规划





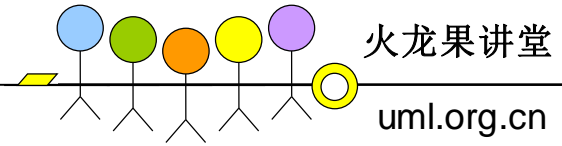
- 变化的最常见的需求
- 需求变更的压力
- 快速响应需求
- 测试覆盖度问题的解决

# 如何保证产品质量



- 个人能力
- 组织能力
- 测试成熟度

# 如何塑造具有战斗力的团队



- 岗位轮换
- 岗位晋升
- 新技术的研究
- 核心：开心的忙碌

# 交流时间



更多分享，更多成长！