会议结束，工作继续。

把讨论交接成一件有人负责的下一步。



认识这个产品概念

虚构产品；计划、价格与推演数据均为示例。

记录不难，
交接才是难题。

01

决定埋在长记录里

有用的背景，往往难以再次找到。

02

负责人在另一款工具里

每个人都要重新整理一次交接。

03

下周又问进展如何

下一次会议，常常先补上一次的上下文。

等待向潜在用户验证的问题假设。

虚构产品；计划、价格与推演数据均为示例。

让会议内容，可以接着做。

先检查建议摘要，确认决定，再把下一步交给负责人。

原创界面概念，不是已上线产品的操作录像。

Relaynote 产品复盘

每周复盘 / 摘要草稿

一次更清楚的初次体验

让新手引导只围绕一个有用的结果。

已讨论的决定	先测试精简设置流程，再考虑增加步骤。	
下一步	准备测试计划	产品
	检查初次体验文案	设计
	一起回看结果	团队

分享前请先检查

把交接，变成三个动作

01

带上背景

带上获准的会议录音或自己的笔记

02

核对含义

修正摘要，确认大家真正做了什么决定。

03

明确负责人

分配下一步，保留原始背景的入口

拟议流程；录音权限和工具集成仍需验证。

先从客户项目团队开始。

缩小第一批用户范围，让试点更容易观察和学习。

准备研究的目标群体，并非已有客户。

小型客户项目团队

定期项目复盘，需要明确的下一步。

独立工作室

设计和交付之间，常有需要交接的决定。

产品咨询团队

客户与内部协作，需要一份共同记录。

第一轮试点，如何定价

试点要验证：更清楚的交接，能否成为团队工作流的一部分。

美元 / 人 / 月

个人版	**12**	帮助一个人整理清楚的会议摘要。
团队版	**18**	共同审核、分配负责人并持续跟进。
定制版	**一起聊聊**	根据团队的真实要求另行约定。

价格仅为示例假设；当前没有正在出售的套餐。

走进每周复盘，再融入日常工作。

01

从固定会议开始

邀请有固定复盘习惯的团队。

02

贴近正在做的事

结合现有工具，测试交接方式。

03

回到下一周观察

看看负责人是否会继续使用同一份记录。

拟议的推广方式；尚无获客或留存结果。

虚构产品；计划、价格与推演数据均为示例。

试点需要回答什么

先观察真实流程，再确定成功门槛。
记录有帮助的环节、失败的地方，
以及仍需人工判断的部分。

是否有用

摘要有没有保留真正的决定？

是否可信

大家会不会检查和修正输出？

能否接着做

负责人能否直接行动，而不用再开一次会？

尚未开展的验证计划，不是已完成的研究结论。

一组用户增长推演

用一组假设讨论计划，不代表实际用户或市场预测。

起始团队数	12
每月新增	6
月留存率	90%



示例模型：上月活跃团队 × 留存率 + 新团队，展示值取整。

虚构产品；计划、价格与推演数据均为示例。

先做好一次交接

理解 / 第1–2周	访谈潜在团队，了解现在如何交接。
试用 / 第3–6周	测试有人协助的摘要和任务分配流程。
决定 / 第7–8周	先回看哪些有帮助，再决定是否扩展。

示例顺序；实际时间取决于约定范围和团队安排。

一次有用的试点，需要哪些角色

01

产品与设计

负责工作流程，以及和用户的持续沟通。

02

工程

做好摘要、权限与任务交接。

03

试点伙伴

带来真实的会议习惯与坦诚反馈。

概念所需的角色，不代表已有具名团队或相关资历。

虚构产品；计划、价格与推演数据均为示例。

一起打磨，第一轮试点。



寻找三个小型团队，
一起测试更清楚的会议交接。

先确认工作流程、数据边界和下一步。

示例试点邀请；请替换为你的真实诉求和联系方式。