



制作在线知识库 快速指南



制作在线知识库的快速指南

目录

引言	2
开始行动	2
知识库内容的选择	3
创建用例	3
确定设计格式	5
颜色	5
字体和大小	6
留白空间的使用	6
关键信息	6
设计知识库信息架构	7
每一页都是第一页	8
知识库中的可搜索性	9
搜索引擎优化	9
知识库品牌声音、调性和风格	10
风格的关键要素	11
品牌声音	11
学会多媒体的使用	11
屏幕截图	11
屏幕录制	12
图表和流程图	12
动图	13
视频	13
知识库平台	13
雇佣技术写手	14
决定编写顺序	15
创建文档过程	16
总结	16
关于我们	16



引言


本文系统化地介绍了在线制作知识库系统的快速指南，包括平台选择，内容准备，栏目组织和站点发布等内容。

阅读对象：知识密集型科技公司、软件企业、互联网公司

产品引用：Baklib.com

名词解释：

- **知识库：**知识库（Knowledge base）是用于知识管理的一种特殊的数据库，以便于有关领域知识的采集、整理以及提取。
- **SaaS：**即 Software-as-a-Service，意思为软件即服务，即通过网络提供软件服务，只需要注册账号即可在线使用，无须下载和安装。
- **SaaS 知识库：**以网站形式呈现，通过网络访问，共享协同的知识集合。通常如产品手册、帮助中心、FAQ、Guide、知识库、产品介绍、开发文档、在线手册等。



开始行动

随着移动互联网、云计算、人工智能等新兴技术的发展，数字化变革逐渐进入“深水区”，受到数字化浪潮的冲击，越来越多的企业开始意识到进行互联网转型和业务管理创新的必要性，而通过互联网推出企业产品、提升用户使用体验也是其中一个重要部分。

在企业新产品产生后，什么时候将其投入市场，又以怎样的形式呈现在大众面前，是产品生命周期中一个重要的决策。而一般从决策到实施，留给你的时间并不充足，因此，你必须与时间赛跑，来试图推出企业新产品。

为了能更好更快地推出产品，显而易见，一个优质的知识库能助你事半功倍！这时，你面临两个选择，一是投入大量的时间和资源自主研发产品知识库，二是直接购买使用 SaaS 知识库。显然，后者更适合你目前的窘迫情境。

然后，当你深入了解 SaaS 知识库后，会发现以下一些尚需要解决的问题。

- SaaS 知识库应该包括哪些内容？
- 应该如何呈现这些内容？
- 应该由谁来制作这些内容？
- 如果用户找不到相应内容怎么办？
- 如何使其长期可持续发展？

基于以上问题，本文将用易实施、可操作性强的干货知识为你一一解答！因此，请继续阅读，获取在线制

作知识库系统的快速指南。

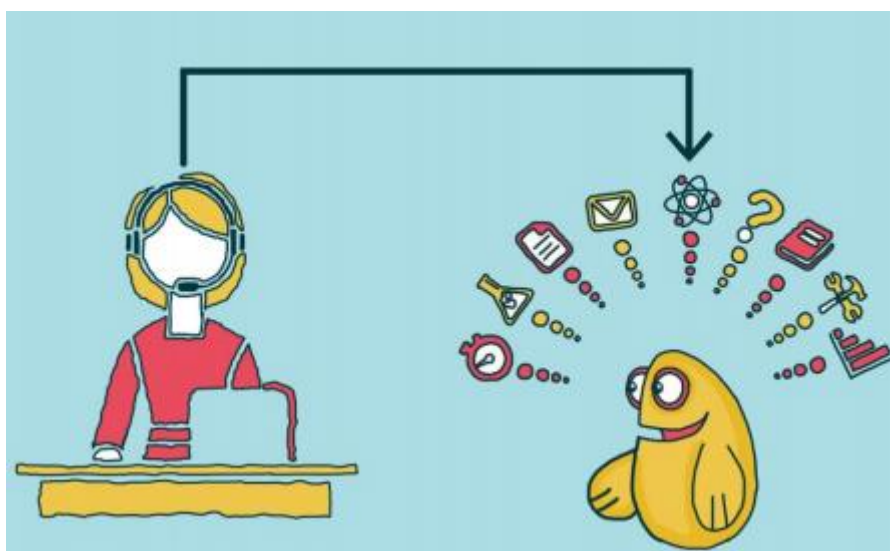
知识库内容的选择

SaaS 知识库应该包括哪些内容呢？如果你以前做过一个简单的 FAQ，那么你应该大致清楚你需要哪些内容去充实产品知识库。

首先，从客户出发，面向客户做一个需求调查，了解和掌握客户真正需求的内容。同时，通过客服人员，将客户咨询最频繁的关键内容展开一个详细的记录。

根据上述用户需求调查结果，你可以提前编写一个内容模板，并在此基础上建立知识库。

记住，在这个过程中，不要忘了跟客服人员进行沟通和交流，从他们那里获取和了解他们对知识库内容建设的想法和建议。因为客服往往是与客户直接接触最多的人，也是企业中最了解客户需求的关键人员，因此，如果能得到客服的资料和建议的话，这对你的客户知识库文档搭建有一个关键的助推作用。



其次，在设计知识库内容时，要注意每个主题的长度不能超过 300 字左右。你可以考虑将较长的主题分解成易于管理的若干部分，然后再将它们形成一个完整的主体（稍后将对此进行详细介绍）。

最后，建议将内容分为以下几种类型：使用教程、操作指南、说明和建议等，并使用这些类别将文档内容归纳在一起。

创建用例

用户案例是帮助你定义用户需要通过知识库进行怎样的访问旅程以得到问题解决的基础（也称为客户旅程图）。

通过这种方式，你可以知道客户已经成功地使用了你的产品——这与买家旅程不同，客户旅程绘制了客户购买产品的旅程图。

在这里请记住，SaaS 自助服务内容是与客户长期关系维持的一部分，因此不能简单地将其与其他业务等同。

你的 SaaS 产品可能有最多三个总用例，这些用例将你希望客户做的事情和他们在知识库中可能会做的事情融合在了一起。通过这些用例，你可以发现和了解用户使用企业产品的方式，同时你也可以基于此得到用户的实际反馈总结。

下图是一个产品用例模板，你可以参考下图，采纳对你有帮助的内容。

公司名称					
我们的用户在每个阶段如何使用我们的产品？					
阶段	注册	新人	活跃	租借	扩展
想法					
行动					
感受					
关注点					
目标					
障碍					
目标内容					

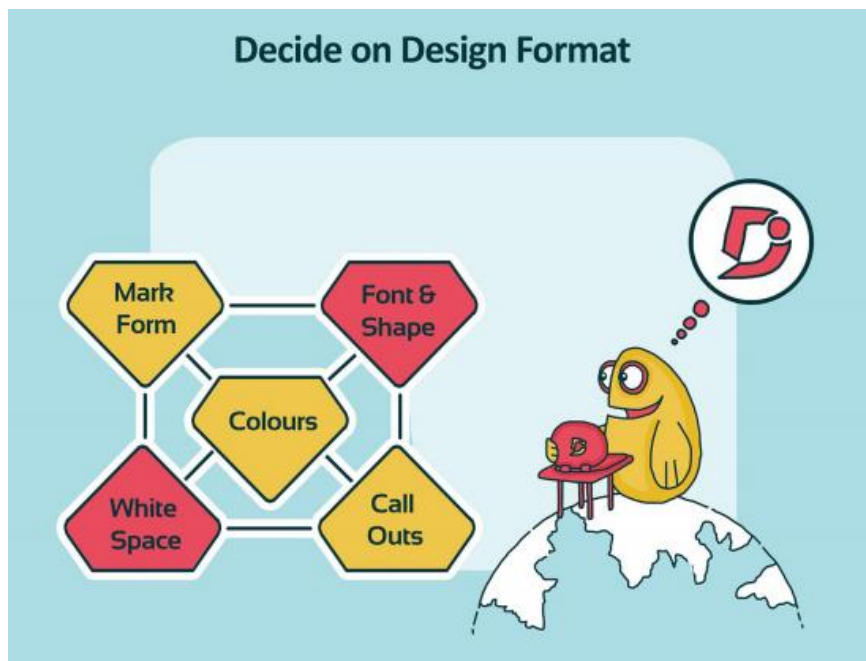
然后，你可以基于这几个指标来组织内容：条目、类别、层次结构（稍后将对此进行详细介绍）。这些指标将帮助你的用户更方便有效的使用产品，从而拥有更多额外的使用体验。随后，你也可以继续根据用户的实际反馈来实时调整和完善这些用例。

最后，明确而生动地定义用户。你可能在诸如给风险投资进行广告宣传时做过这项工作，但在这里，为了明确用户形象，你可能需要重复开展这项工作。



确定设计格式

一个好的格式对于帮助客户轻松使用知识库是至关重要的。其目的是使所有内容的展示方式标准化，并为产品品牌创造一个良好的视觉印象。



格式化有助于让不同类型的内容感觉不同，例如顶层内容和底层内容就是不同的。同时，格式化将有利于形成一个整体信息架构（这将在下一节中详细介绍）。

具体的格式条目包括：

- 标题和副标题
- 段落长度
- 留白的使用
- 颜色和形状
- 关键信息的呈现

颜色

流行的知识库颜色搭配包括：页眉背景为浅蓝色或绿松石色；主背景为白色；文字为黑色或者深灰色。

A 字体和大小

字体通常是黑体，标题和正文之间有明显的字体大小区别。以 Baklib 为例说明本节中提到的所有原则。



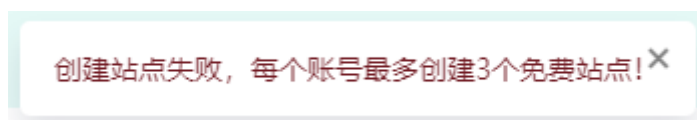
留白空间的使用

在编写知识库内容时一定要确保页边距、边框、段落和行之间有足够的空间，这些留白会使信息排列看起来不那么密集，方便阅读，也能提升信息查阅体验。

关键信息

这里的关键信息强调的是客户在知识库使用时可能会忘记或错过的重要内容。关键信息发布包括警告和“重要”信息提示。

警示语通常是红色或橙色的（字体不要太粗！）。以 Baklib 为例，一般类似于以下情况。



重要的提示信息通常是黄色或绿色的。以 Baklib 为例，一般类似于以下情况。



在这里注意将你的元素空间化，并以简单的方式呈现出来。如果时间匆忙的话，你可以考虑从竞争对手的知识库中获取制作“灵感”，以加快制作过程。



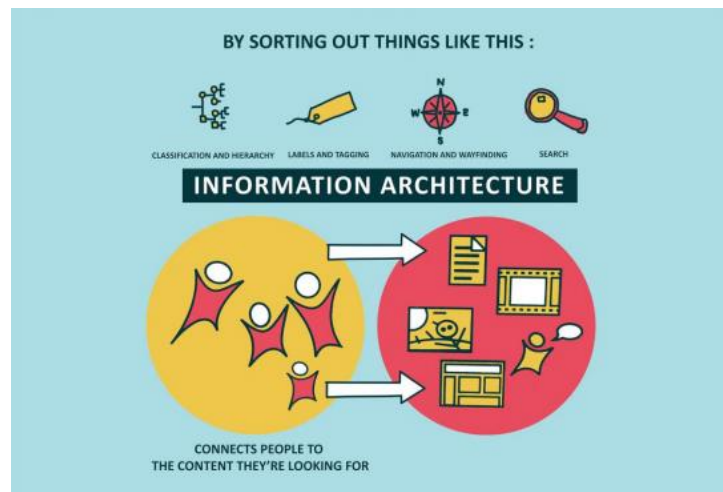
设计知识库信息架构

想象一下你的知识库就像一个黑暗的迷宫或道路网这样的物理空间，而你的用户记忆力不好且只携带了一只手电筒进入你的迷宫，这对他们而言是困难且迷茫的，就像无头苍蝇不知道自己下一步该往哪走。

因此，你的知识库需要设立标志，使用户无论在知识库的哪一个位置，都能通过标志来指示他们所在的位置，并且告诉他们下一步应该或可能会去到哪里。

信息架构(IA)是一门组织（统筹、规划、设计、安排）某一特定内容里的复杂信息，以帮助用户找到所需内容的艺术和科学。它使用语义（词义）和设计作为路标来指示用户所在知识库里的位置，并暗示客户接下来的内容是什么。

知识库的信息架构将反映客户旅程或使用案例。



知识库信息架构有助于主题探索和主题理解，其要素包括：

- 导航
- 层级
- 类别
- 网站地图
- 层次结构
- 元数据

知识库顶层类别应该是一个大范围的概述，其中的内容应该逐渐变得具体。文章开头应该加入“先决”知识，并在正文或侧边菜单中加入更多信息链接。

用户在使用你的知识库时，通常会将他们的经验和假设运用其中，因此在知识库设计时，需要注意给用

户提供他们所期望的信息，并且以简单的方式呈现出来，使他们容易接受。其中，简单且约定俗成的设定会减少用户认知负担，也能确保你的知识库信息架构是有意义的。



每一页都是第一页

在技术写作领域，产品使用说明最传统的格式往往是纸质印刷的用户手册，而这些手册的编写逻辑，我们也可以将其应用于网络世界。

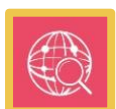
但是，基于网络的知识库意味着用户可以随时自由地访问其中的任何一部分内容，因此依赖于一个逻辑走到底的做法在线上知识库中是行不通的。

所以你必须放弃像纸质书籍或纸质用户手册那样“按时间顺序”编排的想法，而是采用云的形式去设计你的知识库。

其中，将知识库的每一个页面都设计成用户看到的“第一页”，并且告诉指示出他们所在的位置，以及这部分内容的深度级别，而如果这部分内容不适合客户现在的状态，那他们下一步应该怎么做。这样，任何一个客户随意点进知识库中的一个页面，都能清楚的知道自己方向，而不至于手足无措。当然，这种方法还依赖于与其他部分内容的大量相互链接。

基于上述描述，我们可以看到 Baklib 在导航路标的应用上进行了很好的阐述，如下图所示。





知识库中的可搜索性

理论上，信息架构足以告诉用户知识库包括哪些内容，但实际上人们仍然倾向于使用搜索的方式来快速查找他们所需的内容。因此，对知识库设置一个全局搜索功能是很有必要的。

在这里，你可以考虑用户有可能搜索的词，并使用他们为每篇文章打上标签，以使用户能够快速检索到他们想要的内容。积累一段时间后，你就可以收集到用户真正想访问的内容数据，并且可以对数据进行分析和应用，基于分析结果，重新修改标签，将重点转移到客户真正需要的内容上，而不是你认为他们需要搜索的内容。

不过，虽然知识库搜索可以将用户带至相关文章，但可能不会将他们直接带到文章中的某一确切位置，而在文章中挨着查找内容可能会减慢用户问题解决的速度，影响用户使用体验。因此你需要将长篇文章分割成多个子主题，以方便用户查找不同内容。



搜索引擎优化

你可能对 SEO（Search Engine Optimization，搜索引擎优化）有一个不错的理解，也对如何使用它来进行网络营销有一个基本的掌握。（SEO 本身是一个巨大的话题，在这里我们只针对知识库 SEO 展开描述，其余方面不进行赘述，你可以去其他地方进行一个系统而详细的学习）

如果一个知识库能被搜索引擎索引，那么这就意味着可以将该知识库作为企业整体 SEO 策略的重要部分，因为可以利用该知识库的内容帮助企业推广营销。

这种方法之所以有效，一方面是因为每一篇知识库文章都是一个潜在的推广机会，可以巧妙地帮助你推销企业或产品。另一方面，潜在用户在主动查阅知识库文章时，也能了解到相关的企业或产品信息，同时知识库中置顶或排名靠前的主题也可能被顺带浏览。可见，无论是哪种方式，都可以通过知识库构建一个有效的品牌形象。

此外，知识库可以作为企业网站的子域名进行索引（如 www.example.com），这意味着新知识库在理论上可以继承企业网站的域名排名（这在实践中有所不同）。

那么如何让知识库被搜索引擎收录呢？这和网站搜索引擎收录原理一样。

这包含多方面的内容：

- 联系百度和其他搜索引擎为网站建立索引
- 做好关键词研究，并尝试做排名
- 每个页面的元数据（标题、URL、标签和页面描述）
- 鼓励来自外部网站的反向链接
- 移动友好型
- 标记
- 整体用户体验

任何像样的知识库软件都应该提供这些功能，并在可用性方面投入大量工作。

此外，你还可以根据需要开展更多其他的工作，你投入的工作越多，意味着你的知识库通过搜索引擎被潜在用户发现的机会就越大。



知识库品牌声音、调性和风格

调性和风格是一种艺术形式，其在使用上较为主观。知识库一般是企业品牌形象的延伸，因此其调性和风格必须与品牌相适应，也可以将其视为企业主要品牌的一个子风格。



风格的关键要素

影响文案风格的因素有很多。

- 词汇的选择
- 句子长度
- 主动或被动语态
- 数字、日期和清单的表述
- 口语与书面语
- 标点符号的使用(有些人真的很在意这个)

保持这些因素的一致性会使知识库显得更加专业，也能满足用户预先的期望。同时，在撰写知识库文章时，建议最好直截了当，并且避免使用推销语气，以便顾客拥有更好的使用体验。

此外，本文前面提到的设计和格式也有助于形成知识库的风格。

品牌声音

建立知识库之前，需要确定知识库的调性。首先，明确对于顾客而言，你的知识库是扮演一个有用的“朋友”？还是一个专业的值得信赖的顾问？亦或只是一个中立的机器人？其次，在明确了知识库调性之后，就得确保知识库的所有内容都符合这个调性，从顾客角度来看，就好像所有文章均是同一人输出的。

但无论选择哪种调性，都要明白你的知识库时刻代表着企业品牌形象，因此要记住避免“推销”之类可能会令顾客反感的话术。

创建一个品牌声音意味着顾客即使在没有看见品牌标志或品牌名称的情况下，也能认出这是你的公司。品牌声音是一种企业与世界沟通的方式，你的品牌形象无时无刻不都代表着企业的形象。

你的品牌声音、风格和基调在以后雇佣技术写手的时候也会变得尤为重要，因为在以团队形式制作文档时，更需要注重呈现出一致的风格和调性。

学会多媒体的使用

多媒体内容的使用可以使你的知识库在一众的普通知识库中脱颖而出，与之产生显著差异。因此，学会在知识库中使用各种多媒体，可以使文章内容更加丰富生动。

屏幕截图

相应的产品网站文字使用教程，建议以图形文件格式呈现，如.png，这对于向用户展示如何在界面中查找元素或完成非常具体的步骤非常有用。

在屏幕截图时，你可以使用操作系统上自带的内置命令来截取图片，也可以通过使用其他相应软件来达到目的。

屏幕录制

屏幕录制也可以被称为视频屏幕捕获，是对电脑屏幕的视频录制，也包含音频录制。使用屏幕录制对于记录你的产品使用过程（使用教程）很有用。

图表和流程图

象征性地说明一个系统如何工作，或是传达某些抽象信息，这些都是技术写作的主要特征。而图表或流程图可以使抽象的描述具体化，因此其在产品使用教程中可以起到举足轻重的作用。因此，你可以考虑使用 Photoshop 等通用制图工具来设计所需图表，以简化你的知识库描述内容。



动图

Gif（动图）不仅仅适用于社交媒体，也能很好地应用于知识库中。Gif 是静态图像和视频之间的一个中间点，但它能够动态地向用户展示产品使用过程，因此在一定情况下可以考虑使用动图来代替多张静态解释图片或一个大内存的视频教程。



视频

使用视频教程可以使你的知识库讲解更清晰。例如，Baklib 就为他们的新用户创建了多个视频。

3分钟快速创建一个站点

【站点】指一个网络空间或网站。Baklib里的站点拥有独立的存储空间大小、独立的内容管理以及唯一的二级域名。



知识库平台

现在，让我们来看看激动人心的部分——建立知识库。

建立知识库有很多种方式，有些公司选择在企业内自行开发，也有使用像 Jekyll 这样的静态网站生成器的，但大多数 SaaS 公司会采用能立即使用现有堆栈的现成的软件或网站。

而后者无疑是最快速的选择，这也是 Baklib、Zendesk、Freshdesk、HelpScout 和 Kayako 等全栈帮助台解决方案取得发展的原因。

但这些类型的解决方案也具有一定的缺陷，即重量大、成本高，因为它们捆绑了帮助台的所有功能，包括票务系统、共享收件箱、客户数据库和仪表盘，以及知识库。

对于一些公司来说，他们对现有的票务系统很满意，他们只是想要一个轻量级且适应性强的知识库解决方案，但他们同样不想写代码，也不想使用 Markdown。可见在这种情况下，上述的解决方案并非最佳选择。

面对上述需求，独立的知识库解决方案便有了一个很好的发展契机，并形成了一个新兴的市场。因此如果你有建立知识库的需要的話，可以根据自身情况进行选择，具体可以从以下几个方面考虑。

1. 列出你现在需要的功能（以及将来可能需要的功能）。
2. 考虑你可能需要的所有集成。
3. 根据现有的选择，制定一个可行的预算。
4. 选择一个在价位和功能上综合最满意的解决方案。

以上，如果你只是单纯想建立一个知识库，那么像 Baklib 这样的网站可能是很好的选择，Baklib 是一款专业的知识库搭建平台，你可以注册进行免费试用。



雇佣技术写手

如果你想优先考虑完善自助服务策略，请雇佣一个专职技术写手（如果你需要的话也可以考虑雇佣一个团队）专门负责编写知识库内容。技术写手是一个完整的工作角色，你不能依靠公司忙碌的客服们来承担这个任务，而且他们可能也没有时间。



以下是技术写手们需要注意的一些技术写作技巧：

- 书写清晰。
- 以多种方式组织和呈现信息。
- 熟练掌握写作技术。
- 调查能力强。

如果你只是为你的 SaaS 产品编写终端用户文档，那么可能不需要找一个有 20 年经验的资深技术写手，而是可以考虑冒险地找一个没有什么经验，但渴望学习的人来开展这项工作，以节省项目开支。

如果你只设想自己在一个固定的时间段内(例如在发布前后)需要撰写帮助文档,那么可以考虑雇佣一个自由职业的技术写手。



决定编写顺序

这里有个棘手的问题——决定先写知识库哪一部分的内容。

在这里你需要注意,不要贪心地试图一下子把所有内容都包含进去。记住,大道至简,极简主义是关键——尤其是在知识库建立初期。首先,明确知识库的目标是相关性,而不是完整性,最重要的是在于把最紧急的内容考虑进去,而不是全部内容。

因此,可以根据以下标准来制作知识库内容。

- 获取最多用户支持的主题信息;
- 整理产品客服建议的主题信息;
- 网站上的搜索词信息;
- 客户调查报告结果;
- 在线论坛获取的关键信息。

如果时间充足,可以设置一个简单的用户调查,这是一个很好的知识库内容调查方式,通过调查可以直接从客户那里收集一手信息。此外还可以浏览在线论坛,去了解关于产品被问得最多的问题。

把你所有的想法都放在一个电子表格里,并把它们用颜色编码为红色、琥珀色和绿色。其中,红色是紧急的;琥珀色是重要但时间相对充足的;而绿色是一个恰到好处的中间状态。

内容标题	紧急	状态	作者
在您开始之前	红色	红色	在您开始之前
任务路线图	琥珀色	红色	任务路线图
创建您的账户	琥珀色	红色	创建您的账户
自定义表单	绿色	红色	自定义表单
制定好的计划	红色	红色	制定好的计划
自动发送电子邮件	绿色	红色	自动发送电子邮件
您的商店信息	绿色	红色	您的商店信息

知识库上的任何版本和内容都可以进行发布和使用，但关键在于确定优先级。

另一种加速发布过程的方法是去参考竞争对手最近的知识库，如果他们有一个优质的知识库，你可以从他们的知识库中清楚自己的知识库到底需要包含哪些核心内容。

创建文档过程

一旦知识库开始投入制作，就需要维护和开发其中的内容。你应该提前设想制作流程，并按照流程展开实施。对于大多数 SaaS 公司来说，他们会采用一种“像代码一样的文档”的方法来管理文档创建过程。

为了防止工程师认为创建文档是在浪费时间，请将文档与代码放在同一级别，以引起工程师的重视。

与敏捷方法论密切相关，像代码一样的文档是现代开发团队协作生产文档和代码的新兴方式。这种方法在 Ann Gentle 出版了她的名著《像代码一样的文档》，并在她的网站发表了相关文章后，得到了更广泛的推广。Ann Gentle 认为文档制作与软件开发过程是相一致的。

如果你的开发人员正在制作文档，请立即让他们停止，他们应该做他们的同等报酬的工作，如编写代码和开发软件。而文档编写，可以雇佣一个专业的技术写手来负责（见前文第 10 点）。

然后你需要注意的是，为了软件能够准时投入使用，要避免在开发结束后的 48 小时内再疯狂拼凑文档的情况。因此，在项目的开始，就需要将技术写手和开发人员一起考虑进来，共同嵌入每个软件项目，以提高效率，完善制作流程。

在文档撞见的整个过程中，都必须由高级管理层开始，自上而下地进行，这样以保证整个团队都能够参与到其中。

总结

知识库的真正目的不是在于让你的客服人员满意，而是为了给更多的客户提供自助服务的可能。

上述的知识库在线制作快速指南，分别从知识库内容的决策，信息架构的设计，以及用多媒体为充实和丰富知识库内容，再到雇佣技术写手，实施可持续的制作流程等几个方面展开了详细的攻略阐述，通过这些内容，希望能帮助你愉快地推出自己全新的 SaaS 知识库产品，为你的 SaaS 客户提供更优质的自助服务。

关于我们

Baklib 是成都律数信息技术有限公司自主研发的一款专业的知识库制作工具。作为强大的企业级知识库制作平台，Baklib 广泛应用于知识库制作领域，增值企业知识资产——在线轻松编写，知识数据分类存储，以便更好的创作和管理不同类型的知识库。

Baklib 对内注重内部数据安全、隐私性和权限管理，同时满足企业对外的内容输出，品牌宣传，产品推广，帮助企业建立知识中台，将原先分散、沉睡的数据知识给用起来，转化成信息、知识和智慧，最终反哺到

企业业务中，帮助员工沟通交流，提高工作效率，实现精益管理、进行业务创新，解决大多数企业缺乏构建和运用知识的能力的痛点，助力企业数字化转型。

Baklib 上线 2 年，已服务上千企业客户，承载着上万的帮助中心网站在线访问。目前 Baklib 已服务百度爱番番、客如云、金课堂、美阅教育、中化国际等企业，探码科技 Baklib 将继续前行，夯实技术，坚持开拓进取，赢得更多用户的青睐，帮助更多的企业解决知识管理困难、工作效率低等问题。



Baklib.com 产品官网