



用户研究定胜负

By 付生廷（产品痴）



1

用户研究的重要性

2

怎么做用户研究

选择大于努力

2010年，本人指导广东工业大学的学生团队参加第二届大赛，打造了基于LBS的校园社交app（嘿嘿，陌陌的前身），获得第一名；核心成员跟着我做用户研究的商业项目，深入了解产品的定位、用户痛点、用户研究实战方法等。

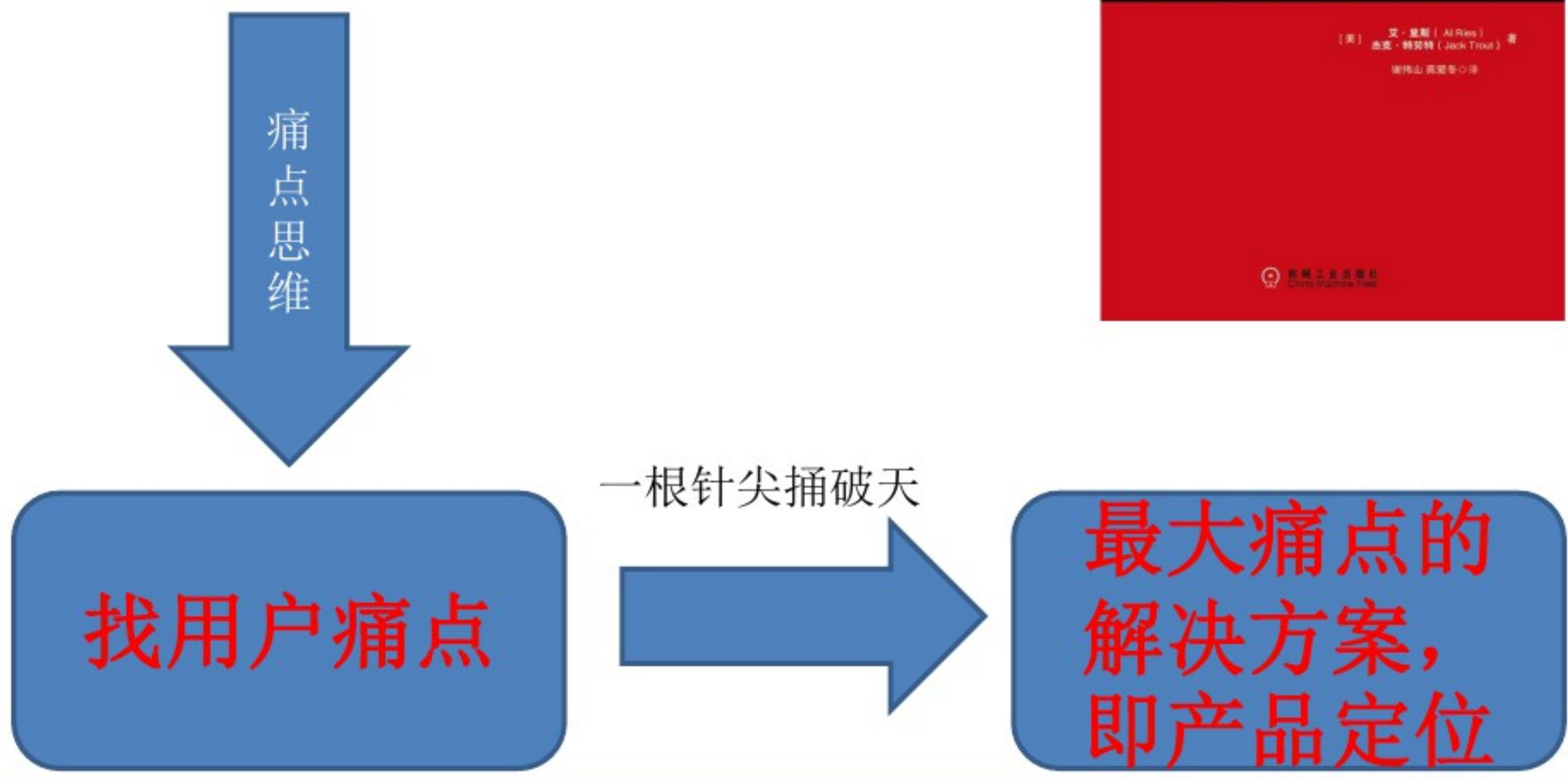
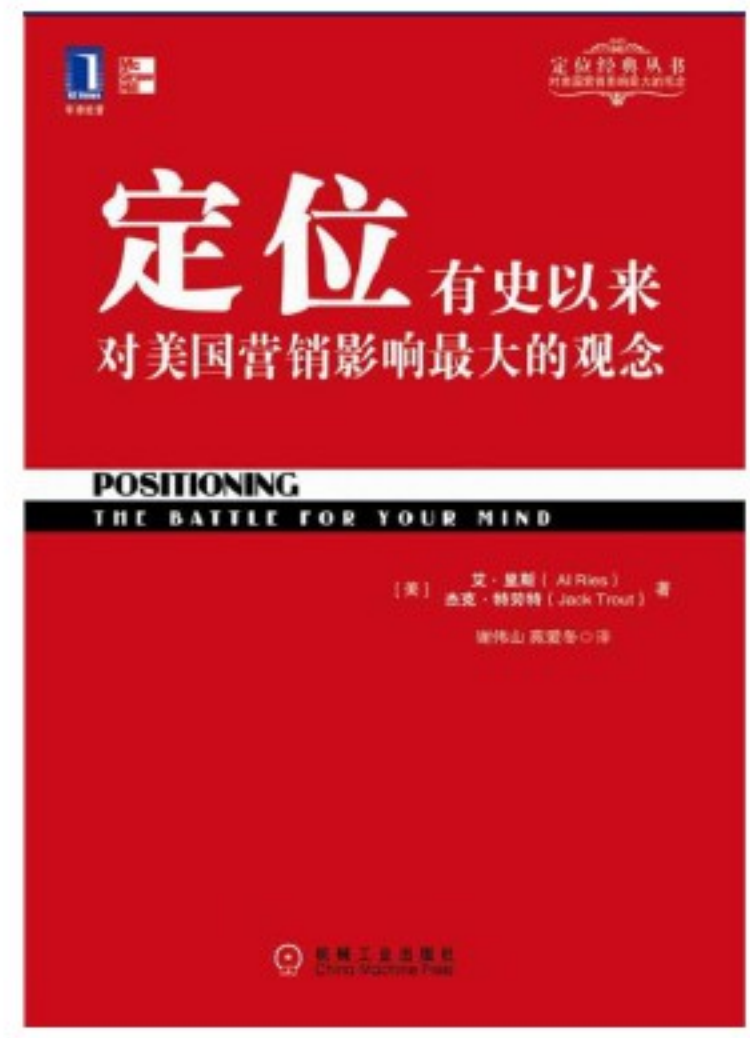
2013年，本人指导湖南涉外经济学院两组学生团队参加第五届大赛，分别打造了旅友记、抢车位两款app，第一个产品进入前30强，第二个产品获得第3名；除了选题我没有参与外，从初赛开始，我系统给他们做了产品定位、用户研究、交互设计、视觉设计的实战经验授课，亲自辅导他们一路参赛到决赛。

——比赛最终胜出的不是交互，更不是视觉，而是产品价值，即产品到底给用户提供了什么价值，到底能带来什么样的商业价值或者社会价值！

产品定位决定成败

参赛与公司做产品项目一样一样的，从一开始就决定成败了！

大家或许听过、看过《定位》，可是该怎么去定位参赛产品呢？



怎么找最大的痛点

- 当下最牛最成功的产品都解决了用户的哪些最大痛点？同学们思考一下



- 有一个痛苦的现实，大家都得接受，那就是常见的痛点，早已经被巨头解决了，建立了强大的产品、商业帝国。
- 尽管我们是学生，也只是参加一个比赛，但我们要有一点格局，**期望用产品改善人们的生活！**
- 痛点到底怎么去找？我们先找准风口，再去找用户的痛点。
阿里完成了人与交易的连接；百度完成了人与信息的连接；腾讯完成了人与人的连接；当前的风口是人与服务的连接，O2O正在火爆中；下一个风口是完成人与物的连接。
- 寻找痛点的方法
深入行业研究，例如我们做抢车位；亲身深入体验服务或者产品，感受痛点，例如雷军做MIU；寻找成熟行业的边缘市场的用户痛点，例如一款闹钟app“谁叫我起床”。

同学们可以选的产品方向

付老湿YY几个题目，给大家一点启发!

人与服务的连接

- O2O正在火爆，能否用互联网思维改造大家身边的服务？
- 英语或者考研培训的O2O产品；家教的O2O产品；家政服务的O2O产品、二手书或物品交易、选课（例如超级课程表）、找兼职、拜师.....
- 你感受到身边有哪些服务痛点，或者校园生活的痛点？说说看

人与物的连接

- 物包括很多，大家能够涉及到的领域，个人建议切入穿戴式设备、智能家居、智能家电、汽车等。
- 智能减肥内衣、智能台灯、智能饮水机、智能口罩（防雾霾）、空气环境智能监测器
- 大家说说看

我正在做的产品—和包（中国移动的移动支付入口）

同学们，你们的荷包里通常有银行卡、校园一卡通、会员卡、优惠券、公交卡等。想你时，你却不在身边的痛点，携带不方便的痛点，有木有？



下载链接: p.10086.cn

1

用户研究的重要性



2

怎么做用户研究

乔老爷说过不要做用户研究，but……

- 乔老爷是说过用户通常不知道自己需要什么，直到你把产品呈现给他时，他会说这就是我想要的。
- 乔老爷说他不做用户研究，核心意思是说不要盲目听用户的，要从用户反馈中抽丝剥茧，挖掘出用户的本质需求。实际上苹果零售店是苹果公司开展用户研究的最佳场所。
- 我的结论：
 - 用户研究非常重要，产品立项前多听听用户的需求或者建议，多开展用户访谈、问卷调查等工作。
 - 但不要用户说什么，就做什么；学会挖掘需求的本质；最牛逼是从人性角度去挖掘用户需求。
 - QQ会员、朋友圈点赞，分别满足了哪些人性的需求？



不管我在朋友圈里发什么你们丫都点赞的，我就想问一下，是不是有天我发：活腻了，我已自杀。你们也会无情地在底下点赞并回复——很好，加油。支持你呢？

昨天 删除

涂小茶, 小狗, 何昆, 妮妮, 婁豆daisy,

大赛全程，同学们都要做用户研究

选题

- 亲身体会痛点，即同理心。例如雷军做手机、余佳文做超级课程表
- 在大方向下，去做大量的行业研究、用户访谈、问卷调查等，选择最痛的点进行产品立项。切记，一开始只选择最痛的点，单刀直入！

概念设计

- 基于用户研究成果进行头脑风暴，提炼核心功能、设计机会点
- 核心功能能否做到最简化操作，打造自然交互。这需要开展用户使用场景分析、用户测试、竞品分析等。

视觉设计

- 视觉设计不是天才设计师的艺术创造，而是满足目标用户群体的审美需求。
- 情绪板定位视觉风格
- Logo、icon设计：隐喻，清晰表达产品定位，简单易懂；用户测试

交互设计

- 信息架构：卡片分类法、常见的app信息架构分析
- 交互流程：任务分析、流程穿越测试
- 交互细节设计：同理心、用户测试、竞品分析
- 自然交互设计：所谓无场景不交互，深入研究用户的使用场景，每个场景下怎么提升操作效率，而不是滥用各种新技术
- 交互原型验证：交互demo可用性测试

用户研究其实很专业—了解心理学原理

用户研究绝对不是简单的找用户做个访谈或者做个竞品分析就ok了，若想做好，应该先了解用户研究的心理学原理。

我们来了解一下弗洛伊德的潜意识理论

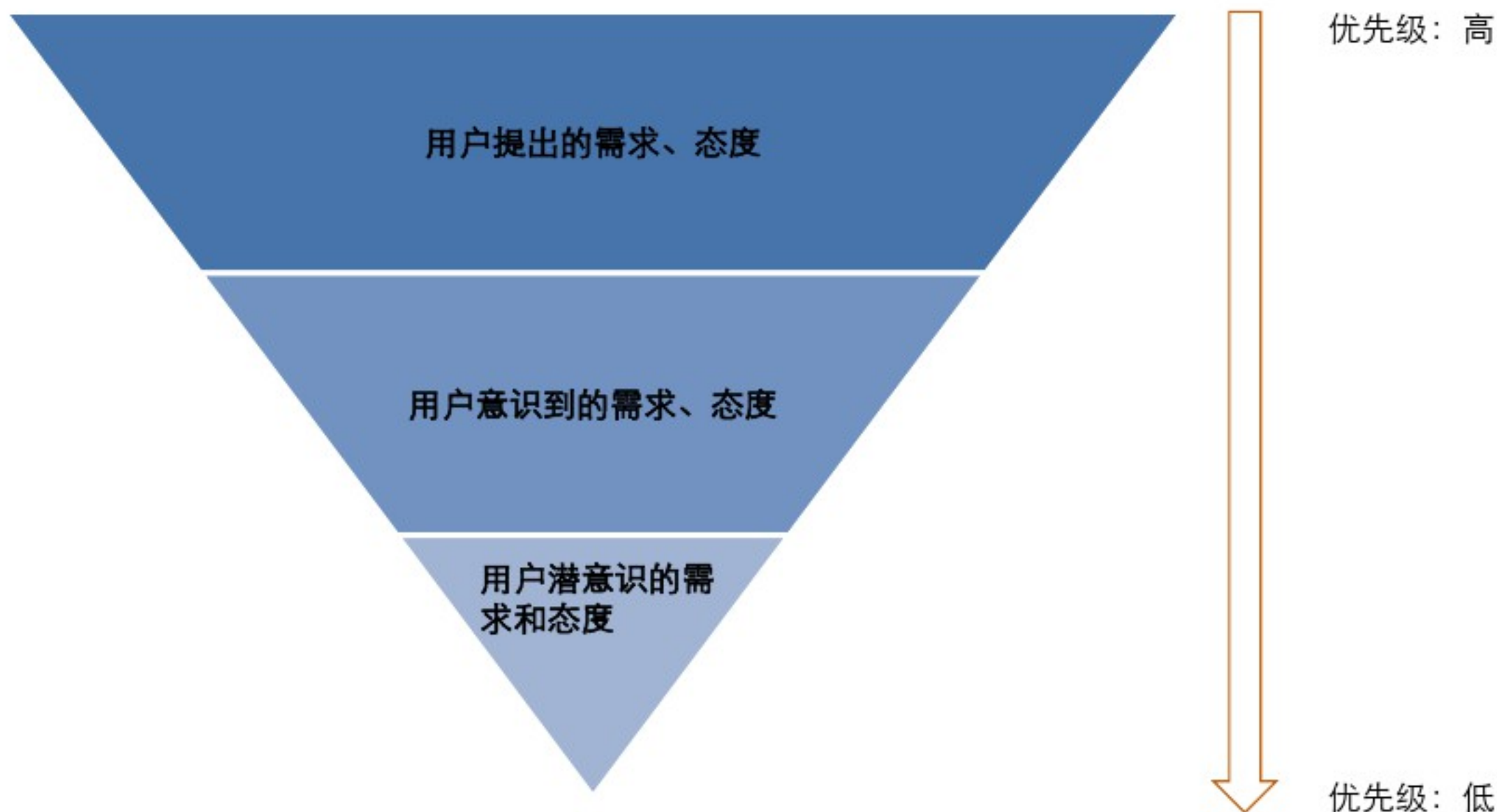
主要观点：

人的精神活动，包括欲望、冲动、思维，幻想、判断、决定、情感会在不同的意识层次里发生和进行。不同的意识层次包括意识，前意识和潜意识三个层次，好象深浅不同的地壳层次而存在。



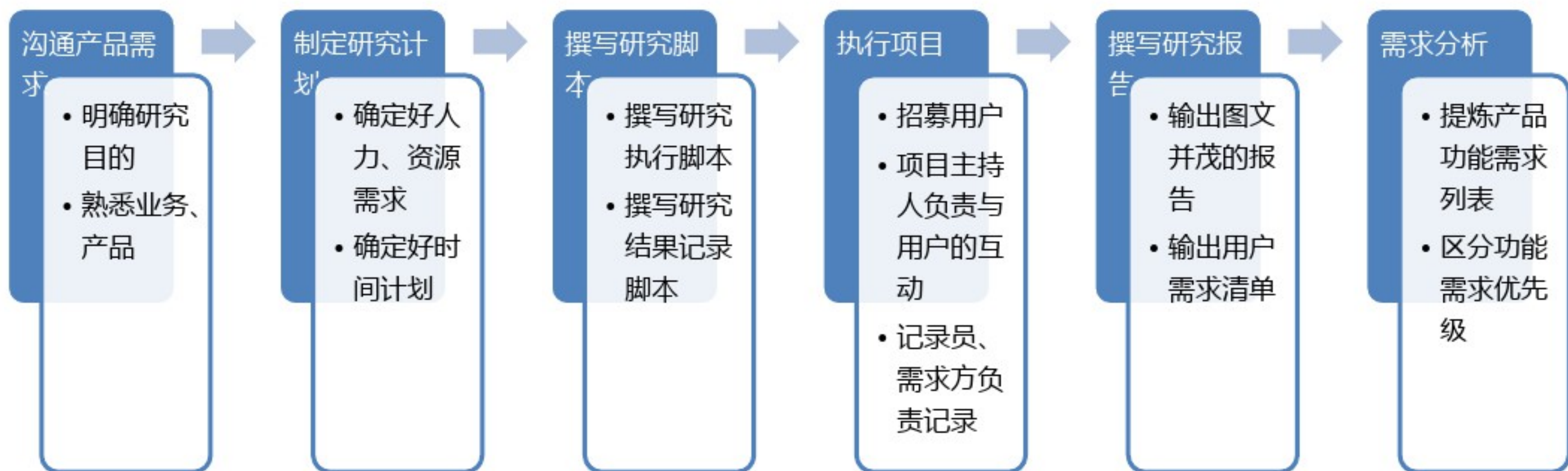
用户研究其实很专业——了解心理学原理（续）

用户的需求、态度处于3个意识水平，见下图



- 1、用户提出的需求，是最直接的需求反馈，这类需求是用户最为迫切得到满足的。例如蹭课、上课时间提醒。
- 2、用户意识到的需求，即用户可以意识到自己需要的方向，意会但无法清楚表述自己的要求。对这类需求的分析需要借助使用情境研究的结果。例如传字条。
- 3、用户潜意识的需求，是需求分析中最难捕获的。此类需求往往与用户的生活方式有着紧密的联系，需要通过场景观察、生活方式研究和研究者的经验共同得出。例如微信摇一摇。

用户研究的基本流程



用户研究的产物

研究报告ppt

注册



问题

- 注册时选择短信激活，2/8用户没有收到短信，再注册时提示刚用过的邮箱已注册，不能再次使用了，严重影响用户体验。
- 在填写注册信息的过程中，1/8用户认为用户昵称已用过的提示不够明显，用户很容易忽略。

改进建议

- 建议尽快解决注册页面的短信激活的bug问题，提升用户的注册体验。
- 建议在用户昵称不合适的情下，优化提示方式，让用户第一时间注意到并且修改过来。

严重性评分标准：

- 1= 瑕疵性问题，给予最低的等级
- 2 = 一般性问题，需要修改，但应给予较低等级
- 3 = 重要性问题，给予有点高的等级
- 4 = 严重性问题，应该给予较高的等级
- 5 = 缺陷性问题，不修正这个问题，产品不能发布，应该给予最高的等级。

用户需求清单excel

MM百万青年创业计划网站可用性测试		
(共8名测试用户，2名个人开发者，6名在校大学生)		
问题点描述	改进建议	严重性
注册网站 在填写注册信息的过程中，1/8用户认为用户昵称已用过的提示不够明显，用户很容易忽略	建议在用户昵称不合适的情下，优化提示方式，让用户第一时间注意到并且修改过来	..
注册时选择短信激活，2/8用户没有收到短信，再注册时提示刚用过的邮箱已注册，不能再次使用了，严重影响用户体验，这显然是一个bug问题	建议尽快解决注册页面的短信激活的 bug问题。
发现网站 1/8用户认为从移动开发者社区进入创业计划网站的文字入口和从MM门户网进入创业计划网站的文字入口都不太明显，很容易从页面上tab区域、图片等元素“漏”了用户的视线	建议对创业计划网站的文字入口进行视觉设计优化
认为从MM门户网地址点击进入计划网站入口（也	建议将创业计划网站和移动开发者专区网站统一起来，用	

人物角色

用户角色C—娱乐功能型



“功能越多越好，能满足我的娱乐需要。”

刘磊，26岁，本科学历，软件研发工程师，上海人
 家庭情况：两口之家，家庭月收入10000-15000元
 居住情况：二房一厅，45平米，家装风格为简约
 业余爱好：上网、打游戏、看片、运动
 拥有的数码产品：电脑、数码相机、XBOX游戏机、DVD、家庭影院
 电视收看情况：客厅有一台46寸液晶电视，经常收看体育、新闻、娱乐、探索频道，平均每天看一个小时



购买动机
刘先生是因为结婚购买了液晶电视。

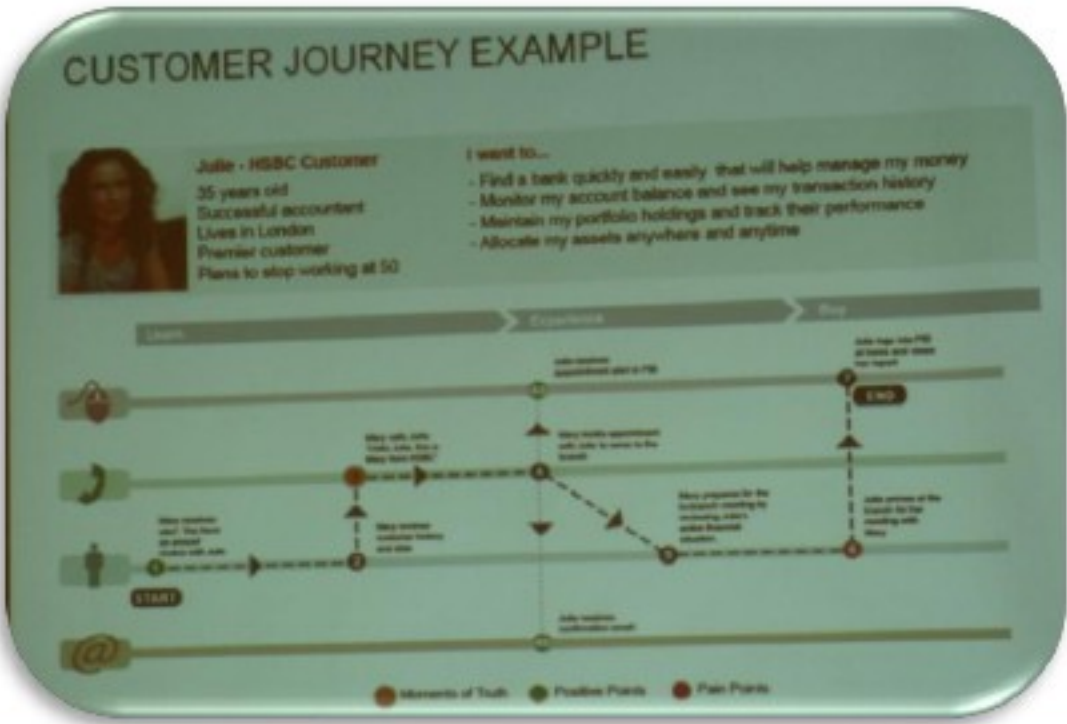
影响购买的因素
刘先生购买电视机时最看重的是电视的功能，特别关注基础电视功能之外的其他附加功能，比如是否有丰富接口支持电视与电脑、游戏机等产品的连接，电视是否能满足他的娱乐需要。



使用习惯和用户体验
刘先生平时看电视的时间并不多，大约每天一个小时左右，更多的时候是把电视作为电脑显示器来使用，在大屏幕上观看电脑里的电影和视频，或者连接游戏机打游戏。

用户需求和期望：
希望电视成为家庭娱乐终端，附加功能越多越好，希望电视机能整合电脑、数码相机、DVD、家庭影院、游戏机等娱乐功能于一体。刘先生希望电视机各部分能够模块化设计，方便不断更新升级，而且部分功能可以在购买时选择配备。

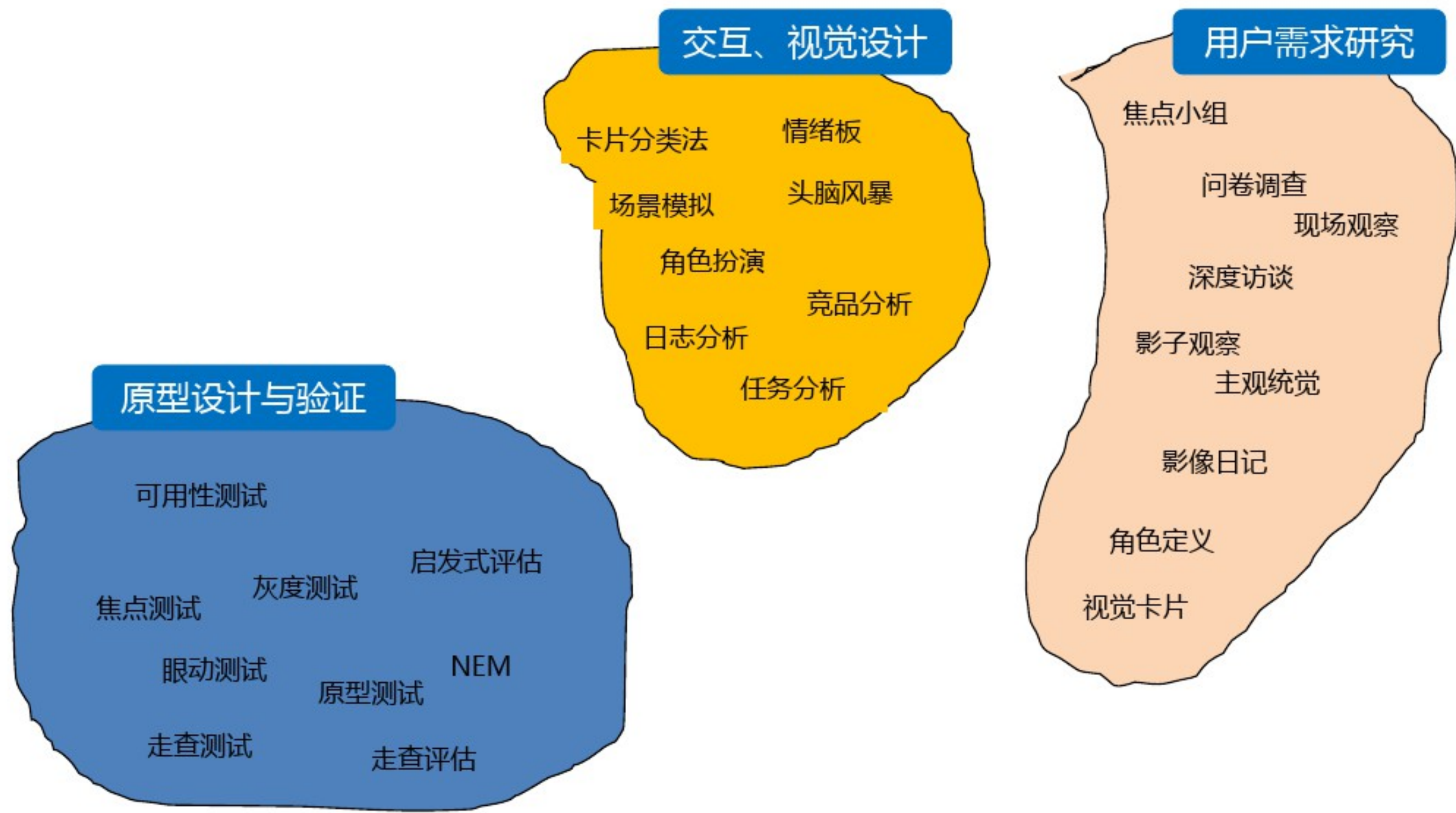
用户体验行程图



有哪些具体的用户研究方法呢？

- 可用性测试
- 出声思维
- 焦点小组
- 问卷调查
- 卡片分类法
- 头脑风暴
- 焦点测试
- 角色扮演
- 竞品分析
- 深度访谈
- 现场观察
- 眼动测试
- 日志分析
- 原型测试
- 影像日记
- 走查测试
- 影子观察
- 任务分析
- 专家评估
- 认知走查评估
- 角色定义
- NEM
- 主观统觉
- 视觉卡片

用户研究方法分类



选择方法的标准

➤ 按照产品开发项目资源和时间进度

- ✓ 如资源不足、时间紧，则用经济实惠、简单的方法：例如竞品分析、走查评估
- ✓ 如资源充足、时间宽松，则用专业研究方法：桌面研究、焦点小组、用户访谈、可用性测试

➤ 定性VS定量

定性：访谈法、焦点小组、卡片分类、人物角色

定量：问卷调查、日志数据分析

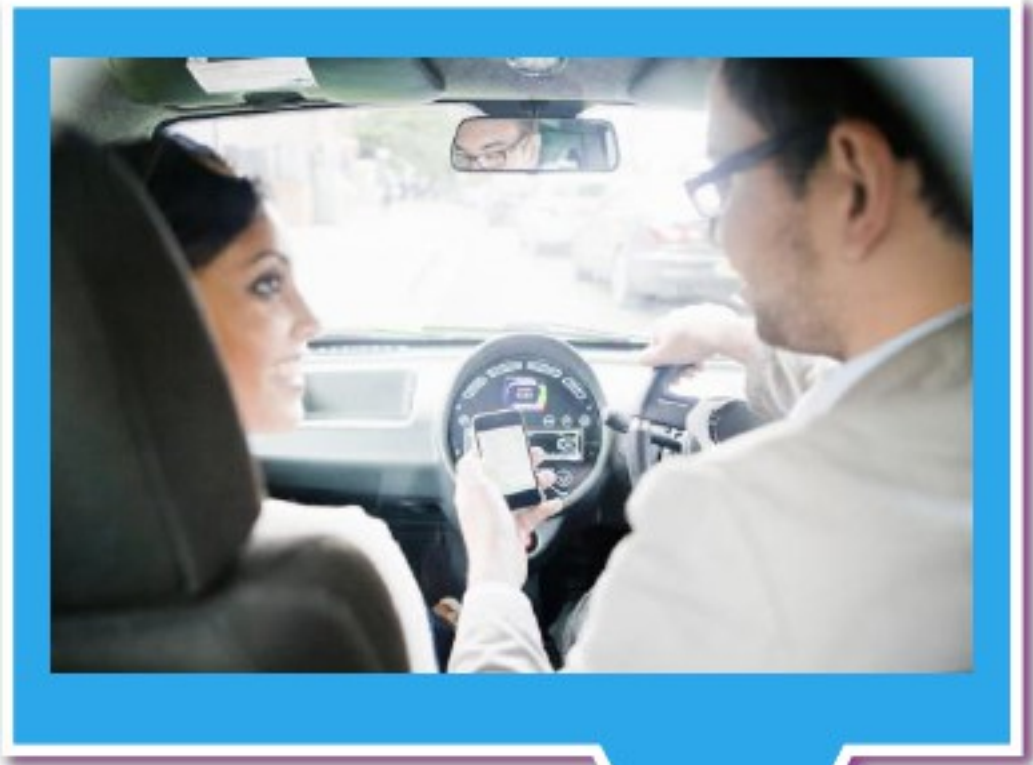
➤ 态度VS行为

态度：深度访谈、焦点小组

行为：可用性测试、眼动测试



案例分享-抢车位-记住停车位置



停车场导航

车位导航

案例分享-抢车位—快速找到停车位置



回找车位

离开停车场

我的联系方式

- **我的微信号：fisher83**
我的QQ号：78533601
- 本人打造的产品包括迅雷下载、91助手、移动MM、移动支付、抢车位、旅友记、智能家居等，基于6年多的产品经理、UED实战经验，以及带学生团队参赛的实战经验，本人总结了一套非常有效的用户体验设计培训课程体系：
 - 📁 第1讲：如何开展用户研究
 - 📁 第2讲：如何开展问卷调查
 - 📁 第3讲：如何做需求分析
 - 📁 第4讲：如何创建人物角色
 - 📁 第5讲：如何做概念设计
 - 📁 第6讲：如何做概念设计验证
 - 📁 第7讲：如何开展交互设计
 - 📁 第8讲：如何开展交互原型可用性测试

欢迎同学们与我联系，一切产品、设计、开发的问题，我都愿意帮到你们。



THANKS !