

新媒体产品设计

|  |  |
| --- | --- |
| 学 号： |  |
| 姓 名： |  |
| 平台昵称： |  |
| 评 分： |  |

二〇一 年 月 日

版权声明

任何收存和接触本作业各种版本的学员，未经本作业文作者同意，不得将本作业转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。否则，引起有碍作者著作权之问题，将可能承担法律责任。

这一份完整的新媒体产品报告包含以下六个方面，缺一不可：

1. [产品Idea；](#_请回顾上节课提交的Idea，并重新写下来_1)
2. [列出访谈提纲；](#_列出你的访谈提纲)
3. [提交访谈录音链接；](#_提交访谈录音链接)
4. [写出3个典型的用户案例；](#_请根据以下模版，整理你访谈的3个典型用户案例_1)
5. [用户验证结果分析；](#_用户验证结果分析)
6. [调整后的Idea。](#_提出你的最终想法_3)

# 产品Idea

产品名称：

产品简介：

产品目标用户：

产品解决的痛点问题：

产品针对痛点问题的解决方式:

# 访谈提纲

请根据用户验证的五大核心问题列出你的访谈提纲，在每个核心问题下至少列举出3个你要问的具体问题。

**1）「他们是谁？****」（请填写获取该答案的相关采访问题）**

1. ……

**2）「他们遇到什么问题？」（请填写获取该答案的相关采访问题）**

1. ……

**3）「他们现在是怎么解决这些问题的？」（请填写获取该答案的相关采访问题）**

1. ……

**4）「他们对现在解决方案的评价？」（请填写获取该答案的相关采访问题）**

1. ……

**5）「他们对你的解决方案的评价？」（请填写获取该答案的相关采访问题）**

2. ……

# 1V1访谈录音提交

根据你的访谈提纲，寻找到3-5个目标用户，开始1V1访谈，访谈过程可以进行录音，录音文件上传到音频托管平台（喜马拉雅等平台），将录音链接提交。

用户1访谈录音链接：

用户2访谈录音链接：

用户3访谈录音链接：

# 典型用户案例

你可使用下方模版进行记录。

**用户1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Part1： Persona（用户画像）** | |
|  |  |
| 头像 | **Psychographics（心理统计特征）** |
| 兴趣爱好： |
| 性格特点： |
|  | **媒介接触习惯** |
| **Geographics（地理统计特征）**  城市：  地区： | 1.你关注的内容（列出至少3个方面）：  2.你是通过什么媒介去获取这些信息的(请删除多余选项，保留用户选项)：  1）搜索引擎：百度/360/搜狗/其他 ；频率为：（ ）次／星期  2）网站：知乎／豆瓣／其他 ；频率为：（ ）次／星期  3）社交媒体：微信／微博／QQ／其他 ；频率为：（ ）次／星期  ①微信公众号名称（3个以上）：  ②微博大号名称（3个以上）：  ③QQ部落／大号名称（3个以上）：  ④其他： |
|  | 4）APP： ；频率为：（ ）次／星期  5）除此之外，还通过哪些渠道寻找解决方案：  ①  ②  ③  …… |
|  | **3.询问／搜索解决方案的过程会提及什么样的关键字／句（列出至少3个／条？**  1)  2)  3)  …… |
| **Demographics（人口统计特征）**  年龄：  学历：  行业：  职业：  月收入：  婚姻状况：  是否有小孩（并说明几个）： | **消费习惯：**  在哪里购买过相关产品，为什么？  1.购买渠道1: ；购买频率： 次／年  购买理由：  2.购买渠道2: ；购买频率： 次／年  购买理由：  3.购买渠道3: ；购买频率： 次／年  购买理由： |
| **追求：** |
| 当你购买并使用了该系列产品后，你希望自己能够达到一个什么样的状态／水平？  我希望： 。 |
|  |
| **简短一句话描述该用户（将下方用户描述更换成你的用户描述）** | |
| *举例：*  *追求家庭的幸福。喜欢讨论办公室八卦，工作清闲，对两性问题有许多看法，与丈夫婆婆关系紧张，但是因为孩子的牵绊，又无可能只能妥协，鞋子和包包是投入最大的两个消费，爱看韩剧，家庭和工作的不顺利，常常只能通过找朋友逛街和写作去发泄，手机淘宝、小红书是常用的软件；* | |
|  |  |
| **Prat2：Demand（需求验证）** | |
|  |  |
| **1）他遇到了什么问题** | |
| **2）他现在是怎么解决这些问题的** | |
|  | |
| **3）他对现有解决方式的评价** | |
|  | |
| **4）他对你的解决方式的评价** | |
|  | |
|  |  |

**用户2:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Part1： Persona（用户画像）** | |
|  |  |
| 头像 | **Psychographics（心理统计特征）** |
| 兴趣爱好： |
| 性格特点： |
|  | **媒介接触习惯** |
| **Geographics（地理统计特征）**  城市：  地区： | 1.你关注的内容（列出至少3个方面）：  2.你是通过什么媒介去获取这些信息的(请删除多余选项，保留用户选项)：  1）搜索引擎：百度/360/搜狗/其他 ；频率为：（ ）次／星期  2）网站：知乎／豆瓣／其他 ；频率为：（ ）次／星期  3）社交媒体：微信／微博／QQ／其他 ；频率为：（ ）次／星期  ①微信公众号名称（3个以上）：  ②微博大号名称（3个以上）：  ③QQ部落／大号名称（3个以上）：  ④其他： |
|  | 4）APP： ；频率为：（ ）次／星期  5）除此之外，还通过哪些渠道寻找解决方案：  ①  ②  ③  …… |
|  | **3.询问／搜索解决方案的过程会提及什么样的关键字／句（列出至少3个／条？**  1)  2)  3)  …… |
| **Demographics（人口统计特征）**  年龄：  学历：  行业：  职业：  月收入：  婚姻状况：  是否有小孩（并说明几个）： | **消费习惯：**  在哪里购买过相关产品，为什么？  1.购买渠道1: ；购买频率： 次／年  购买理由：  2.购买渠道2: ；购买频率： 次／年  购买理由：  3.购买渠道3: ；购买频率： 次／年  购买理由： |
| **你的理想状态：** |
| 当你购买并使用了该系列产品后，你希望自己能够达到一个什么样的状态／水平？  我希望： 。 |
|  |
| **简短一句话描述该用户（将下方用户描述更换成你的用户描述）** | |
| *举例：*  *追求家庭的幸福。喜欢讨论办公室八卦，工作清闲，对两性问题有许多看法，与丈夫婆婆关系紧张，但是因为孩子的牵绊，又无可能只能妥协，鞋子和包包是投入最大的两个消费，爱看韩剧，家庭和工作的不顺利，常常只能通过找朋友逛街和写作去发泄，手机淘宝、小红书是常用的软件；* | |
|  |  |
| **Prat2：Demand（需求验证）** | |
|  |  |
| **1）他遇到了什么问题** | |
| **2）他现在是怎么解决这些问题的** | |
|  | |
| **3）他对现有解决方式的评价** | |
|  | |
| **4）他对你的解决方式的评价** | |
|  | |
|  |  |

**用户3:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Part1： Persona（用户画像）** | |
|  |  |
| 头像 | **Psychographics（心理统计特征）** |
| 兴趣爱好： |
| 性格特点： |
|  | **媒介接触习惯** |
| **Geographics（地理统计特征）**  城市：  地区： | 1.你关注的内容（列出至少3个方面）：  2.你是通过什么媒介去获取这些信息的(请删除多余选项，保留用户选项)：  1）搜索引擎：百度/360/搜狗/其他 ；频率为：（ ）次／星期  2）网站：知乎／豆瓣／其他 ；频率为：（ ）次／星期  3）社交媒体：微信／微博／QQ／其他 ；频率为：（ ）次／星期  ①微信公众号名称（3个以上）：  ②微博大号名称（3个以上）：  ③QQ部落／大号名称（3个以上）：  ④其他： |
|  | 4）APP： ；频率为：（ ）次／星期  5）除此之外，还通过哪些渠道寻找解决方案：  ①  ②  ③  …… |
|  | **3.询问／搜索解决方案的过程会提及什么样的关键字／句（列出至少3个／条？**  1)  2)  3)  …… |
| **Demographics（人口统计特征）**  年龄：  学历：  行业：  职业：  月收入：  婚姻状况：  是否有小孩（并说明几个）： | **消费习惯：**  在哪里购买过相关产品，为什么？  1.购买渠道1: ；购买频率： 次／年  购买理由：  2.购买渠道2: ；购买频率： 次／年  购买理由：  3.购买渠道3: ；购买频率： 次／年  购买理由： |
| **你的理想状态：** |
| 当你购买并使用了该系列产品后，你希望自己能够达到一个什么样的状态／水平？  我希望： 。 |
|  |
| **简短一句话描述该用户（将下方用户描述更换成你的用户描述）** | |
| *举例：*  *追求家庭的幸福。喜欢讨论办公室八卦，工作清闲，对两性问题有许多看法，与丈夫婆婆关系紧张，但是因为孩子的牵绊，又无可能只能妥协，鞋子和包包是投入最大的两个消费，爱看韩剧，家庭和工作的不顺利，常常只能通过找朋友逛街和写作去发泄，手机淘宝、小红书是常用的软件；* | |
|  |  |
| **Prat2：Demand（需求验证）** | |
|  |  |
| **1）他遇到了什么问题** | |
| **2）他现在是怎么解决这些问题的** | |
|  | |
| **3）他对现有解决方式的评价** | |
|  | |
| **4）他对你的解决方式的评价** | |
|  | |
|  |  |

# 需求分析

将用户提及的核心痛点问题进行分类（包含3个及以上核心痛点问题），按照问题的紧急程度进行排序，并逐一分析用户背后的需求。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 提及痛点问题 | 提及用户 | 提及人次 | 需求分析与解决方案 |
| 例：加班多，没有时间学习 | Sara、  小宇 | 2 | 需求分析：该问题是因为在职用户经常加班，很难有成块的时间集中学习，也就是碎片化学习的需求。  解决方案：将系统课程做成3-5分钟的简短视频，方便用户在休息间隙也能自由学习。 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# 最终产品Idea

Hey！恭喜你来到这一步，想法验证到过程是需要下很多功夫的，恭喜你坚持了下来！你的用户画像越来越清晰，你提出的Idea是他们所需要的么？还有什么需要调整的吗？根据上述的报告，挑选提及次数最多的3个痛点问题，重新调整你的解决方案。

1）根据以下结构写出你的解决方案：

面对 ［人群特征］人群／用户，通过 [产品特征1]+ [产品特征2]+ [产品特征3] 方式，解决 xx过程中[高频痛点问题1]+[高频痛点问题2]+[高频痛点问题3] 的问题。

请在此处填写你的解决方案：

面对（ ）人群／用户，通过 （ ）方式，解决（ ）过程中（ ）的问题。

2）请简单概述你如此调整的理由：

3）请打开配套文件「LandingPage-Template（产品着陆页模版）」PPT，根据模版上的提示填写完产品相关内容，并导出图片格式，将图片或图片链接粘贴在下方：