

---

# 项目经历简集

---

Peng Peng

**01**

## 易到用车乘客端 V8.0 首页改版调研

# 01

**1. 项目背景:** 因产品需求变化, V8.0 在首页以及订单流程上进行了改版优化, 目标提升使用效率.

**2. 项目目的:** 从功能需求, 视觉效果, 操作便捷, 产品服务以及产品性能五个维度进行评估.  
排查可能出现的可用性问题, 优化产品体验.

**3. 研究方法:** 上线前主要采用可用性测试, 1 对 1 深访; 上线后主要采用舆情反馈, 后台行为数据分析.

**4. 项目成果:**

上线前问题优化

高优先级	中等优先级	低优先级	最终优化问题总计
2	3	3	8

上线后问题优化

操作体验	视觉效果	产品性能	最终优化问题总计
7	2	1	9

**5. 整体反馈:** 与 V7.X 版本相比, SUS 得分提升 14.44%. 操作便捷性及视觉效果层面上满意度提升.



# 01

## 1. 上线前 · 调研流程及任务



测试流程



可用性测试任务 (例)

# 01

## 2. 上线前 · 问题分析及优化方案 (例)

点击首页大头针，进入「选择上车地点」界面

**首页 - 输入「上下车地址」入口位置存在误解  
优先级：中 (2.17)**

**问题分析：**

- 对通过大头针操作的7.0版本老用户而言, V8.0版本中点击大头针后输入的位置信息和上一版本相反, 用户 (3/6) 会下意识输入「下车地址」.
- 「选择上车地址」和「选择下车地址」页面相似, 用户 (5/6) 很少会关注到页面上方文字变化, 造成输入错误的用车信息.

**优化建议：**

- 新手引导页对「上车地址」的操作位置进行提示, 促使用户关注到所在位置是否正确.
- 上车地址入口视觉强化, 增加上车地点标识或文案.
- 上下车地点输入页视觉区分呈现方式.

主要问题分析

**初步优化方案**

**上车地址入口视觉强化, 增加「上车」文案作为直接引导.**

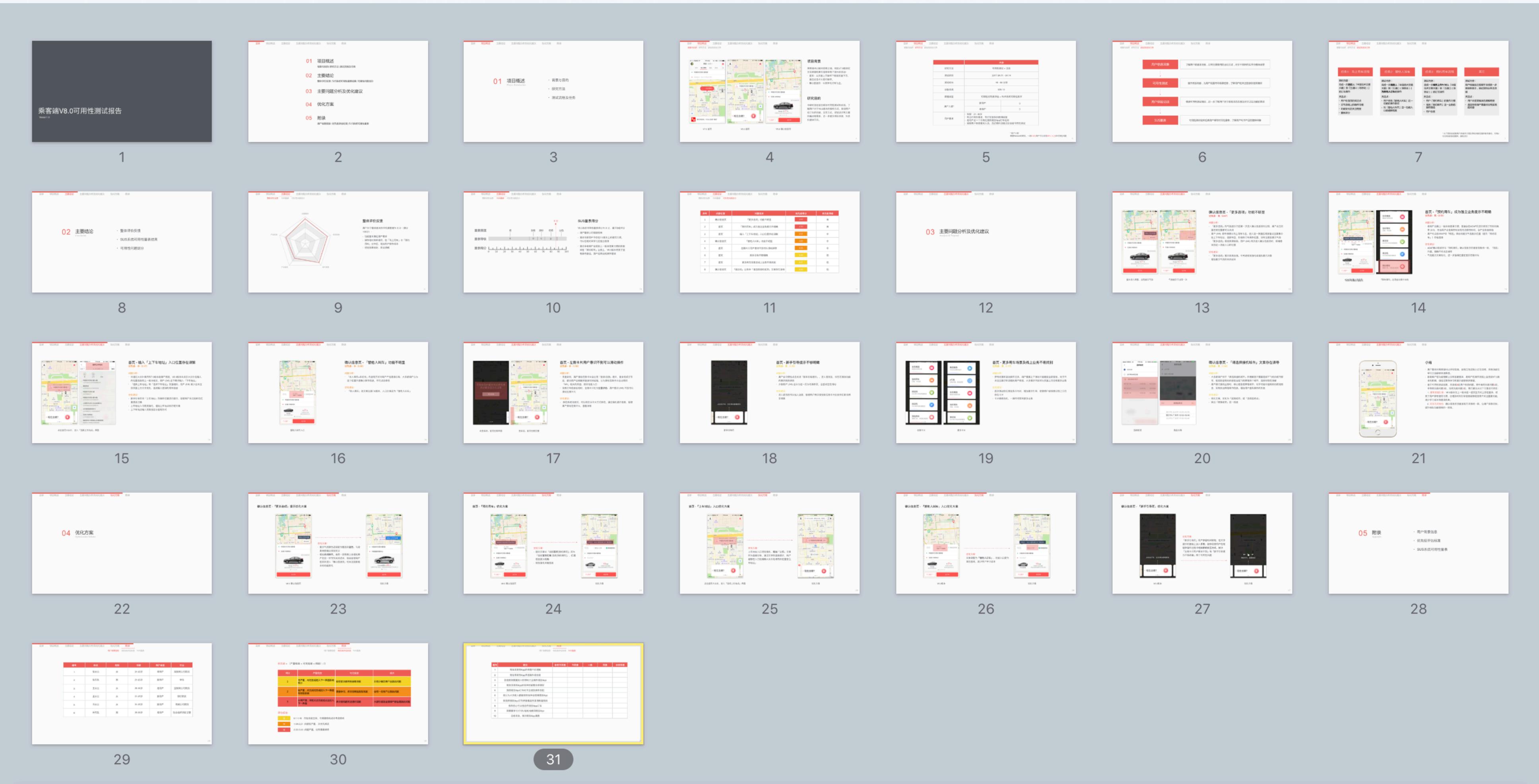
**通过文字的直接提示, 用户能够在入口处明确大头针处修改的位置是「上车地址」.**

说明: 由于上线时间确定, 进行沟通后初步优化方案并未进行较大改动.

初步优化方案

# 01

## 3. 上线前·可用性测试报告



# 01

## 4. 上线后 · 调研思路及数据来源

1. 收集时间：V8.0 上线后一个月内的用户数据.

2. 调研目标：本项目旨在通过用户问题反馈和行为操作的梳理分析，发现用户在 App 使用过程中的痛点和需求，进一步促进产品优化迭代.

3. 研究流程：



# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 用户反馈梳理

1. 首页地图推荐上车地点不清晰, 易被气泡遮挡.

找不到接送机专区

2. 首页上下车地点操作距离过远, 订车操作流程需优化.

找不到输入目的地和出发地的地方

3. 右侧卡片业务不易察觉.

目的地应该可以地图选点, Young 车应该可以选车  
这是易到特色

# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 首页订车操作 · 订车流程

与 V7.0 相比, V8.0 首页优化了上下车地点入口, 提升了成单前的操作效率, 但也造成用户原有的 [上下车地址填写操作习惯](#) 发生了变化.



# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 首页订车操作 · 上车地点

基于用户操作行为数据发现, 用户在「确认信息页」[再次修改上车地点](#)概率为 **22.14%**.

基于前期可用性测试结果, 这一问题的可能原因是:

- A. 首页聚焦下车卡片, 并未注意到上车地点.
- B. 大头针输入的位置信息与 V7.0 相反, 改变用户习惯.
- C. 「选择上车地址」和「选择下车地址」页面相似, 用户(5/6)很少会关注到页面上方文字变化, 造成输入错误的用车信息.



# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 首页订车操作 · 下车地点

基于用户操作行为数据发现, 用户在「确认信息页」再次修改下车地点概率为 **9.29%**.

基于前期可用性测试结果, 这一问题的可能原因是:

- A. 用户下车地点发生变化, 需要重新填写下车地点.
- B. V8.0 首页设计风格促使用户首先点击「现在去哪」卡片, 造成部分用户习惯性地先修改成上车地点.

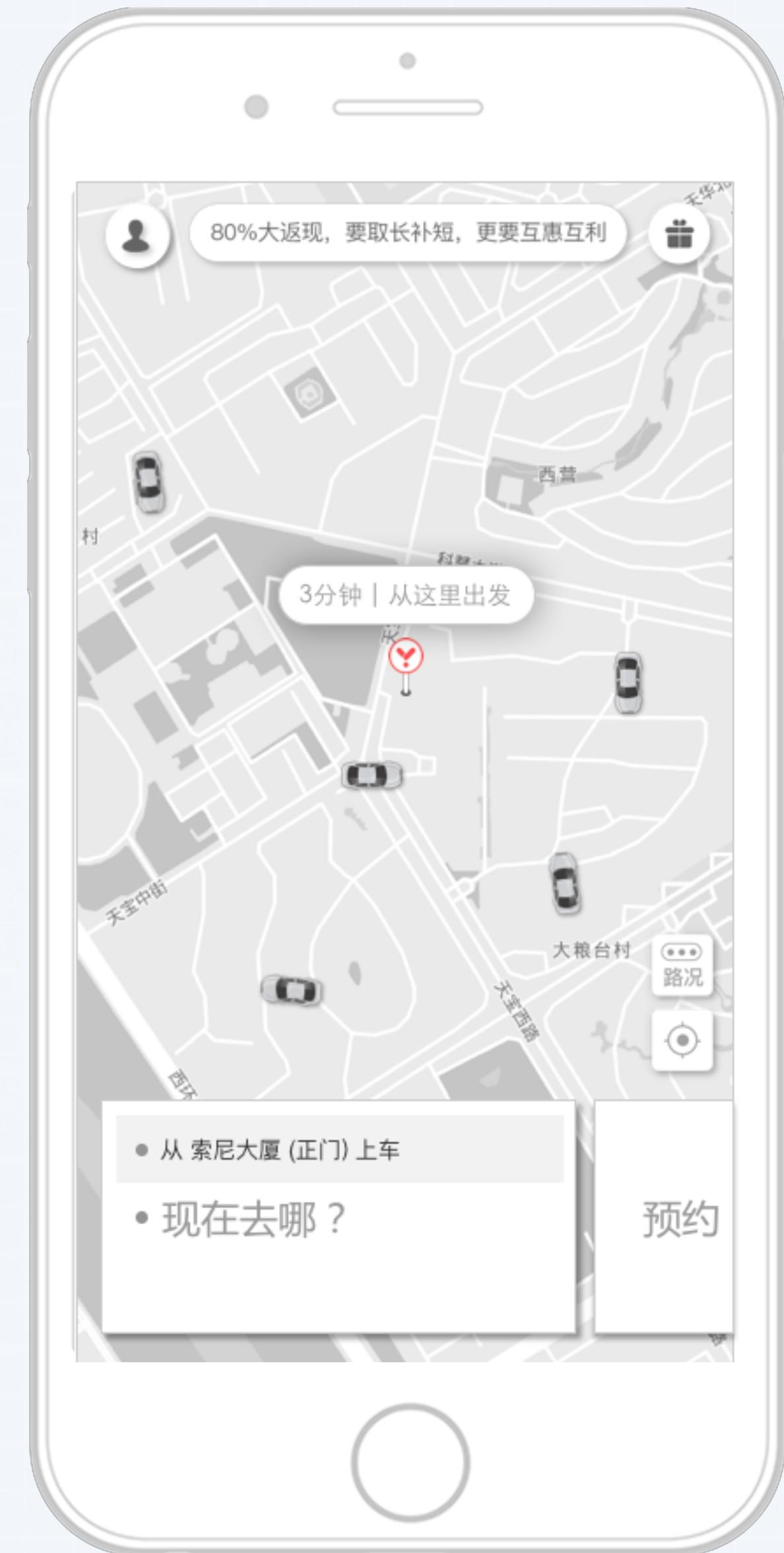


# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 首页订车操作 · 优化建议

1. 优化首页定位吸附策略 (常用 > 历史 > 推荐 > 附近) .
2. 首页布局调整, 优化上下车地点入口.
3. 订车流程前置的同时, 保持有限一致性.



一期版本



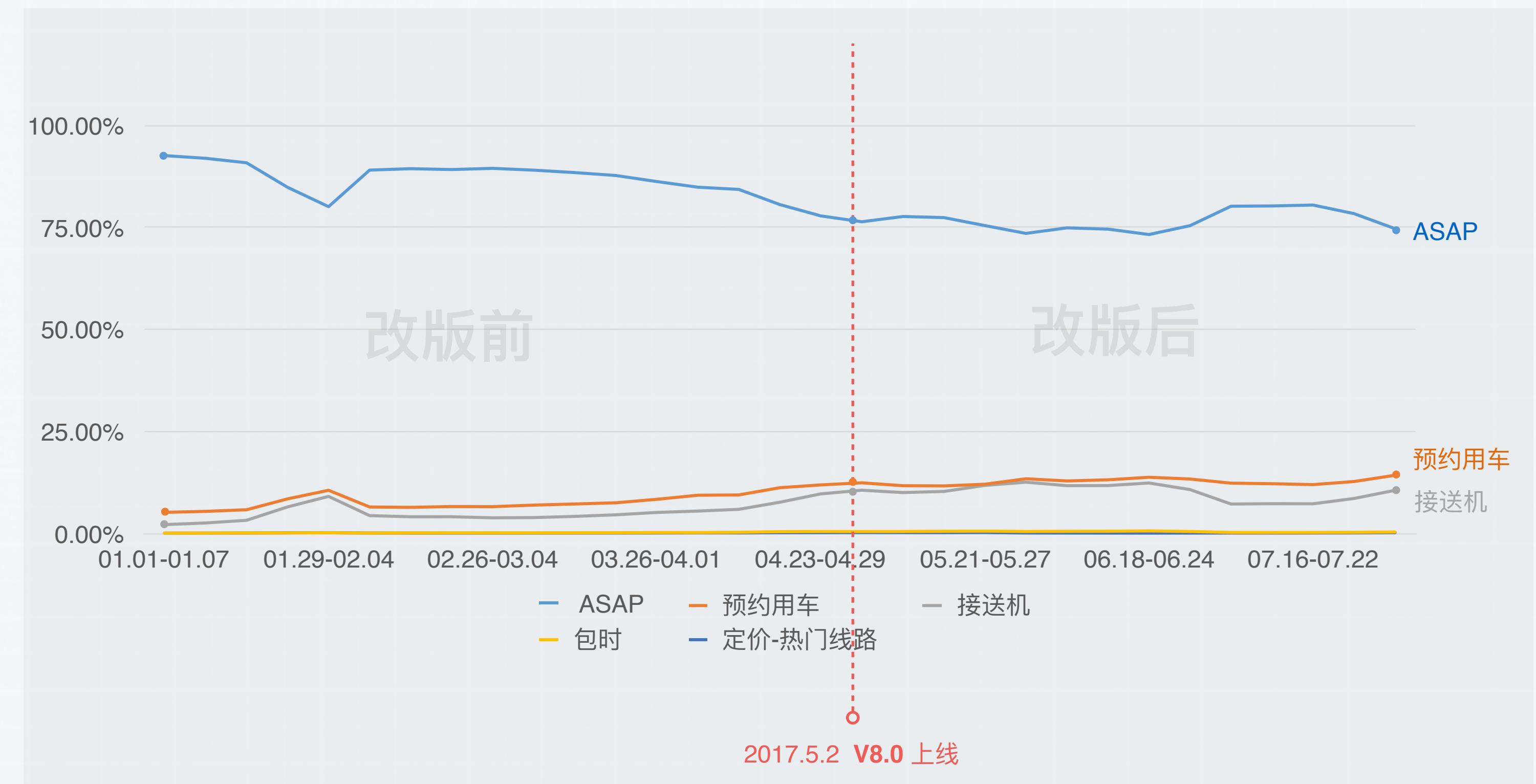
最终版本

# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 右侧卡片感知 · 订单占比

2017 年 1 ~ 8 月, 各业务订单占比 **保持稳定**, 预约用车、  
接送机 / 站业务订单比例有上升趋势.



# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 右侧卡片感知 · 操作行为数据

V8.0 右侧卡片各业务用户操作行为数据占比与各业务的订单数占比趋近一致, 说明用户能够正确感知并使用对应业务, 摸索式操作比例较低.

业务	V8.0 用户行为 数据占比	V8.0 订单 占比
ASAP		
预约用车		
接送机/站		
包时		
热门线路		

\* 数据来源: 17.7.30 的订单数据及用户操作行为数据

# 01

## 5. 上线后 · 优化分析

### 右侧卡片感知 · 优化建议

1. 根据订单及用户操作行为数据, 用户能够感知并选择符合他们需求的业务.
2. 基于前期可用性测试结果, 老用户对于产品有一定的熟悉度, 右侧卡片的呈现方式相较 V7.0 「更多」的收纳方式, [老用户更容易感知更多业务及业务说明](#), 提高尝试使用的可能.

但对于新用户或只关注主要订车流程的用户而言, 用户需要上下滑动才能看到全部信息. 大多意识不到可以页面上方还有更多业务, [对于这类用户需要进行引导提示](#).

基于此, 将会对右屏进行优化, 对各项业务呈现方式进行区分, 促使用户更易发现.

02

## 乘客端体验指标初探

# 02

1. 项目背景：研究类课题，建立可监控的「体验指标」，更直观地聚焦于操作使用体验。

2. 项目目的：确定指标 —— 发现问题 —— 验证方法 —— 衡量表现



3. 项目成果：「体验指标」共包含五个阶段，其中选择可实时监测的指标作为核心指标，即「整体完成度」。

一级指标	定义	基础分析指标	指标定义	异常数据主要沟通部门
整体完成度	考察行程开始前用户进行约车操作的易用程度。分数越高说明产品更易用、高效。	完成率	进入下一页的转化率	产品
		停滞时长	每次进入当前页面的平均停留时长	产品
		退出率	用户从当前页面离开应用的比例	产品 + 运营



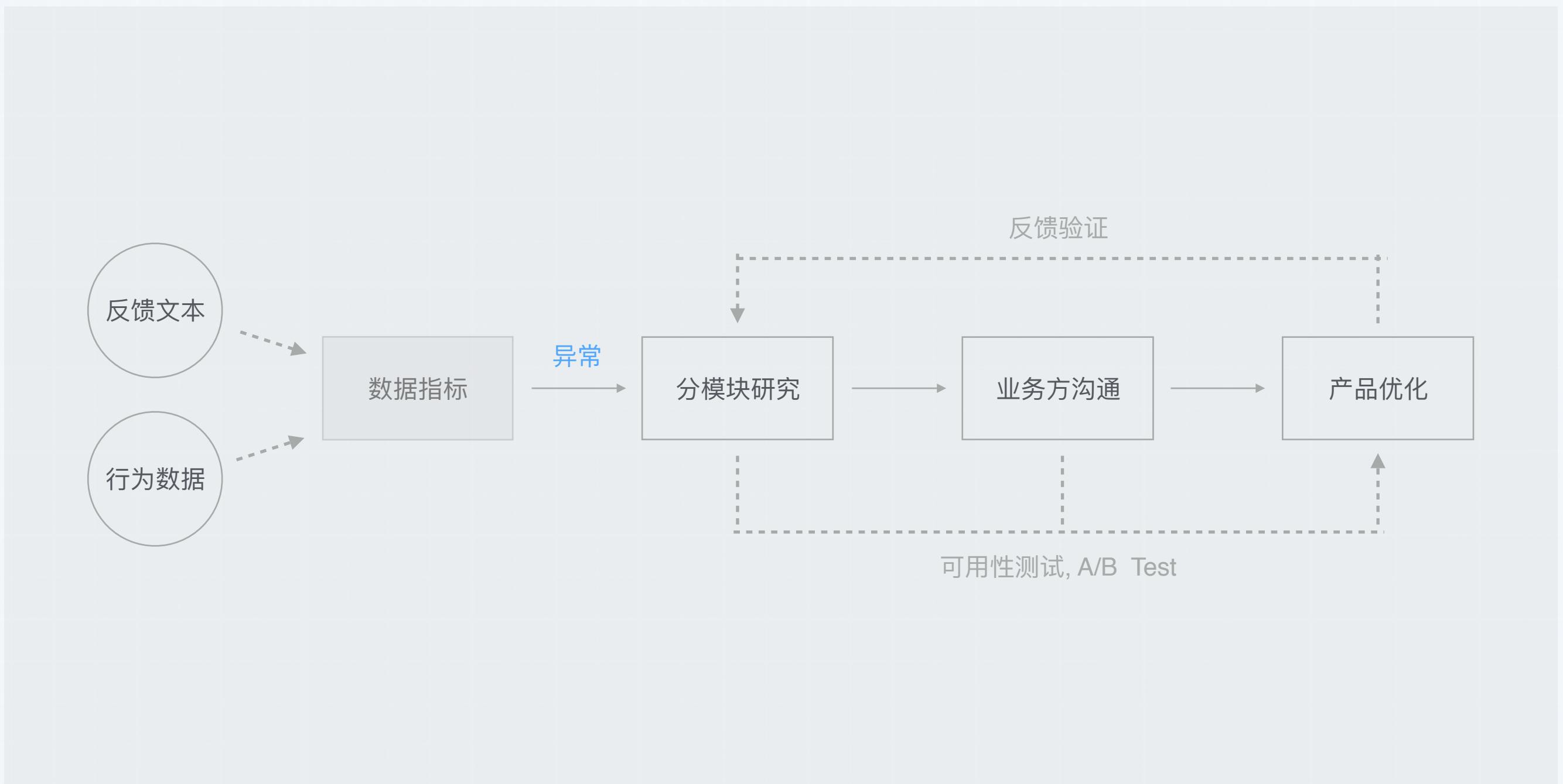
# 02

## 1. 体验指标 · 调研流程及分析思路

1. 整体研究流程

2. 分析路径 (例)

3. 问题池 (例)



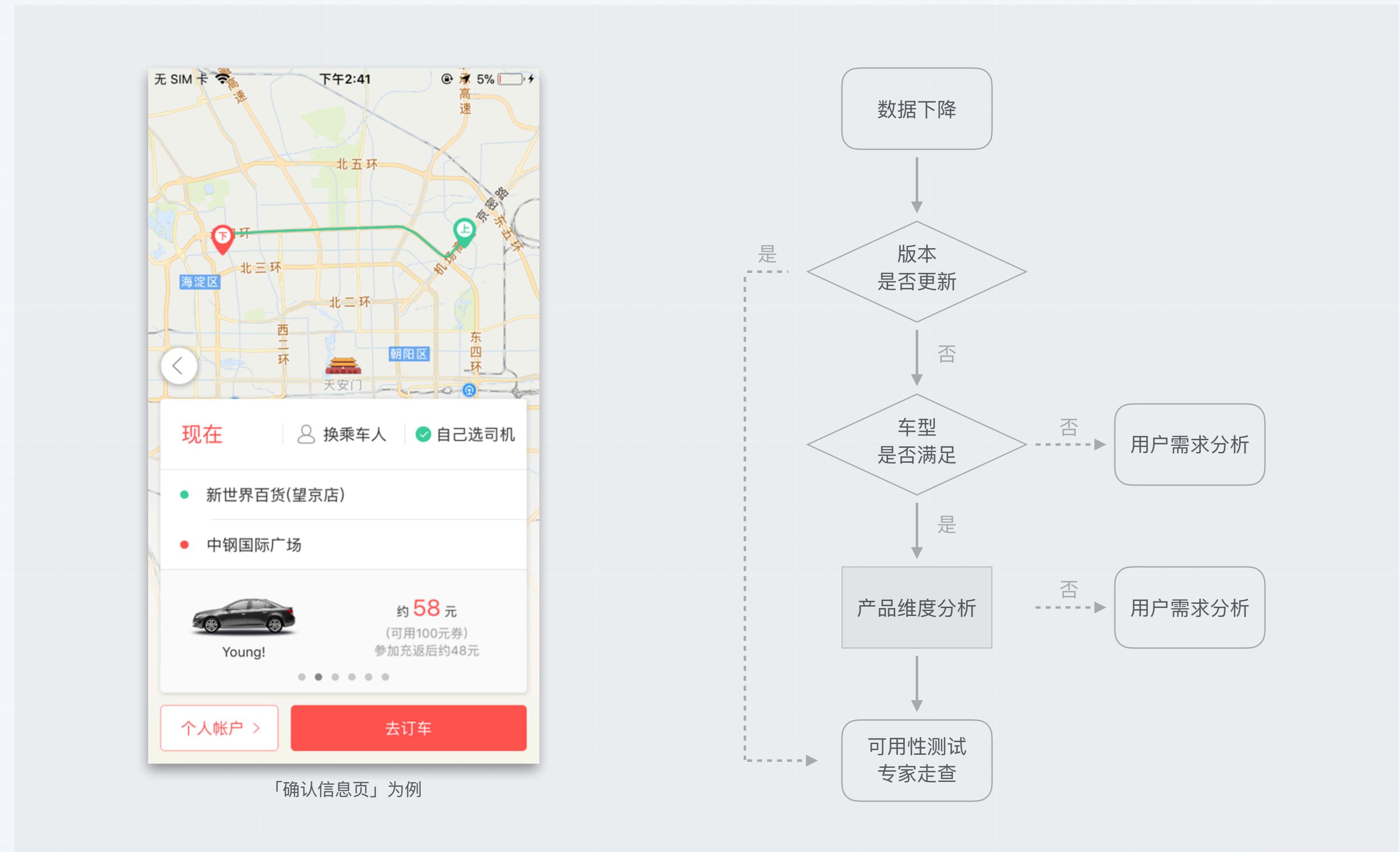
# 02

## 1. 体验指标 · 调研流程及分析思路

1. 整体研究流程

2. 分析路径 (例)

3. 问题池 (例)



## 1. 体验指标 · 调研流程及分析思路

1. 整体研究流程

2. 分析路径 (例)

3. 问题池 (例)

各数值变化的可能原因

以「确认信息页」为例

**业务维度:**

- 完备性: 是否能够满足用户需要的功能或车型.
- 性价比: 用车价格用户接受程度.

**产品维度:**

- 页面学习成本.
- 容错性: 当用户填写出错后, 修改成本是否较高 (与「页面停留时间」及「跳出率」交叉验证, 并关注用户反馈).
- 操作便捷性.

# 02

## 2. 体验指标 · 仪表盘



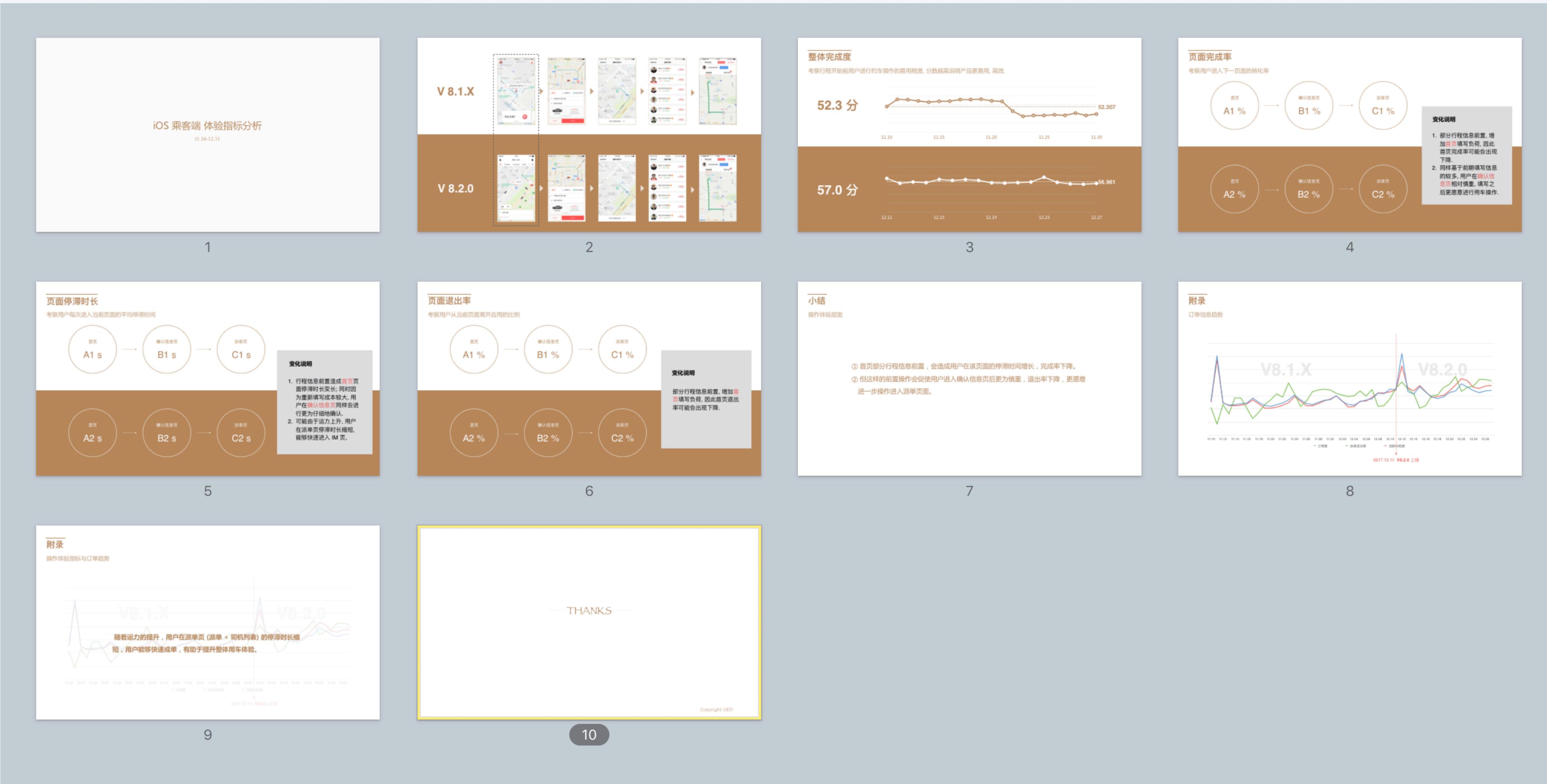
用户反馈及舆情监测模块

整体完成度

基础分析指标

\*数据来源：NPS 用户反馈. 友盟

### 3. 体验指标 · 分析报告

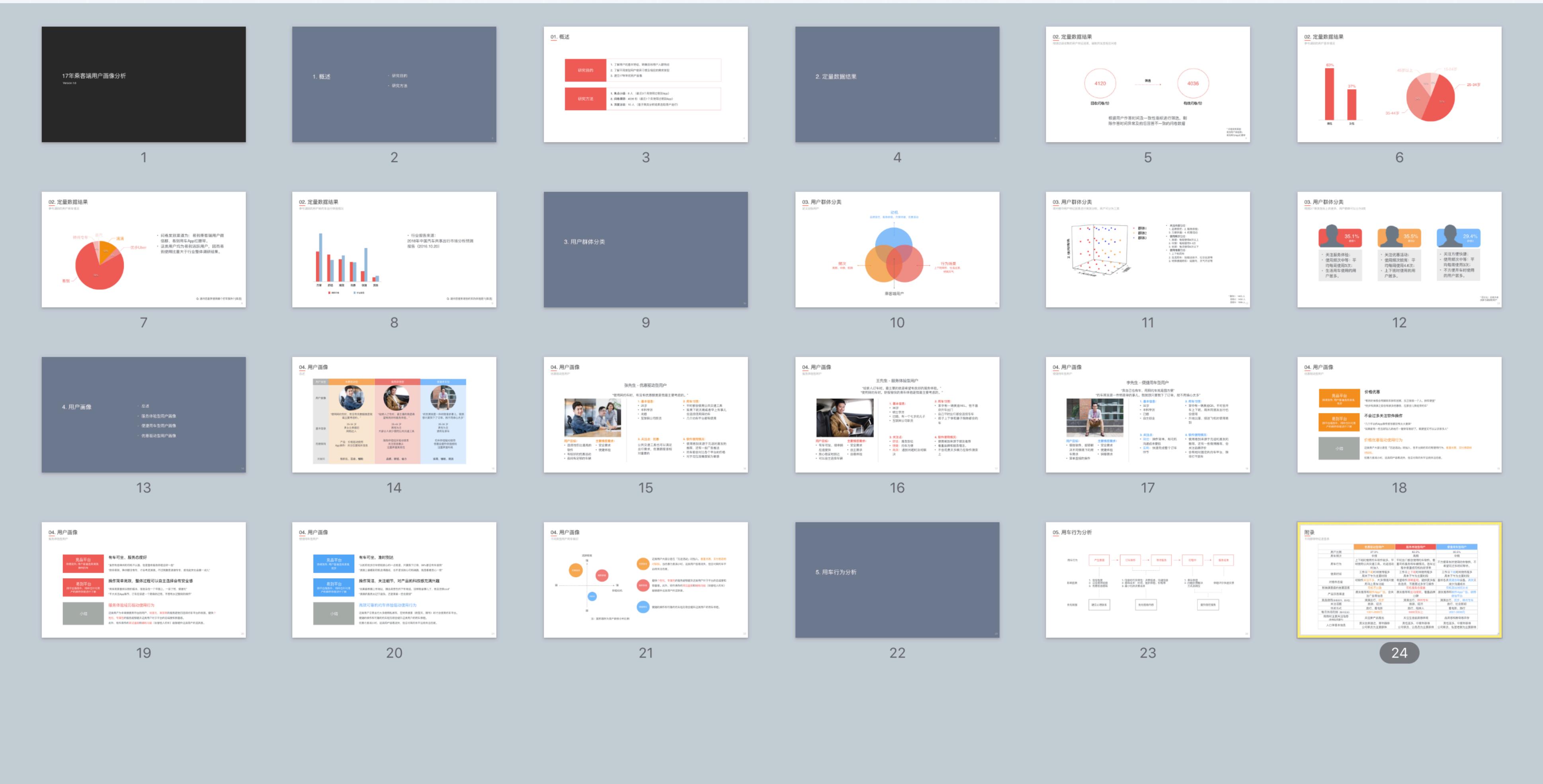


03

## 部分项目报告简集

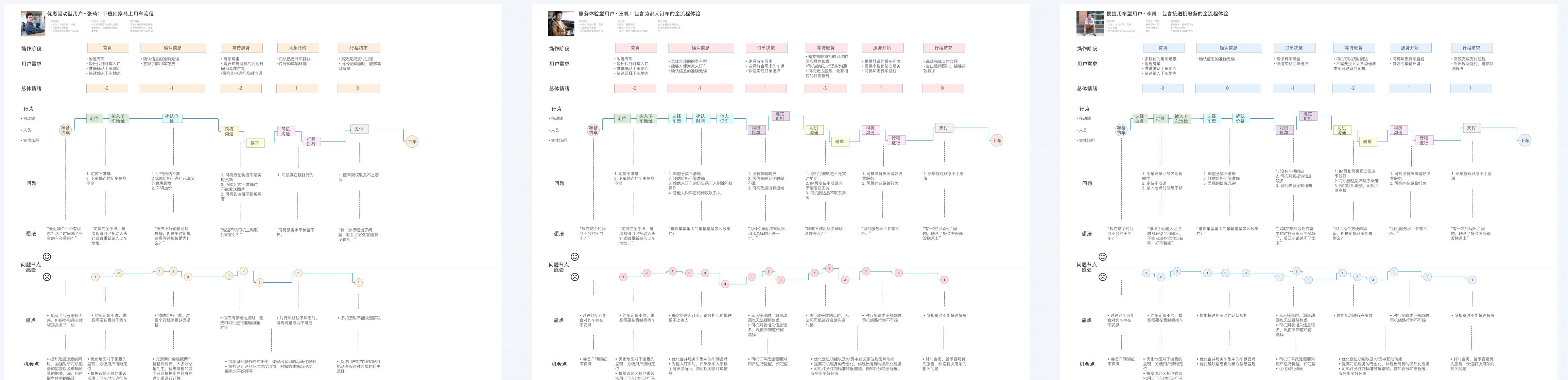
# 03

## 1. 17 年乘客端用户画像分析



# 03

## 2. 乘客端用户体验地图



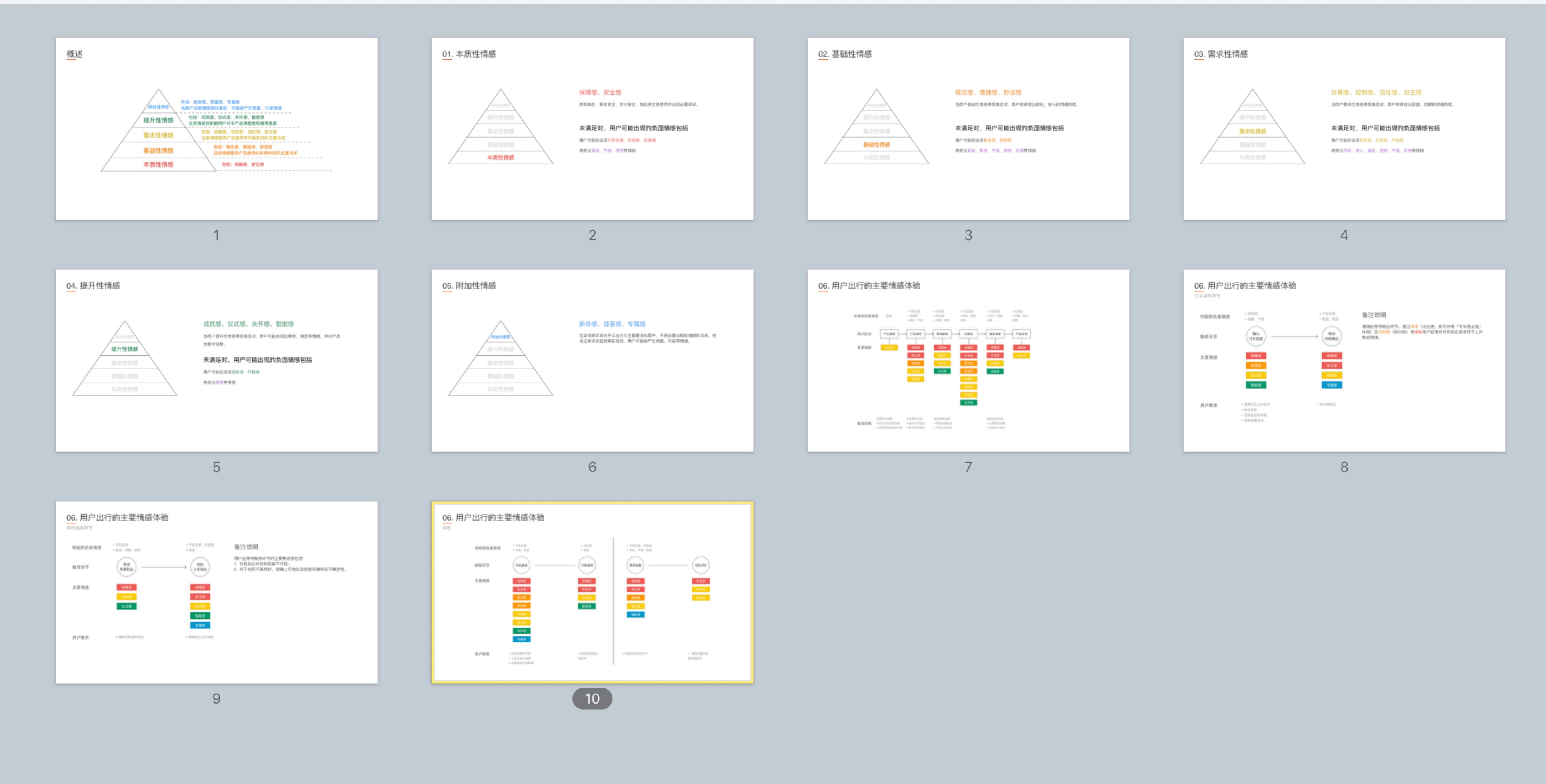
优惠驱动型用户

服务体验型用户

便捷用车型用户

03

### 3. 乘客端用户情感体验模型

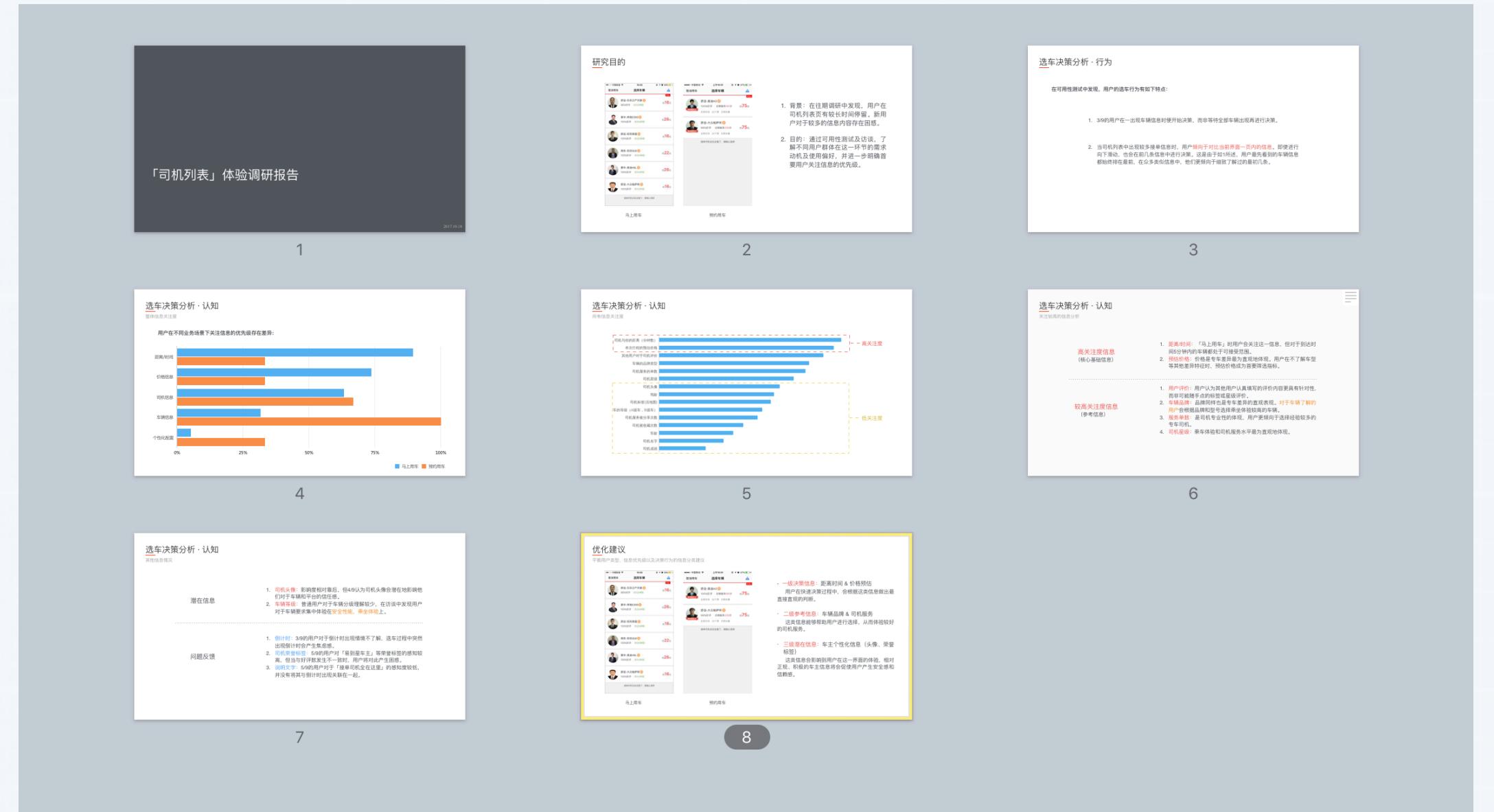


# 03

## 4. 产品优化前期调研



IM 页调研报告



「司机列表」调研报告

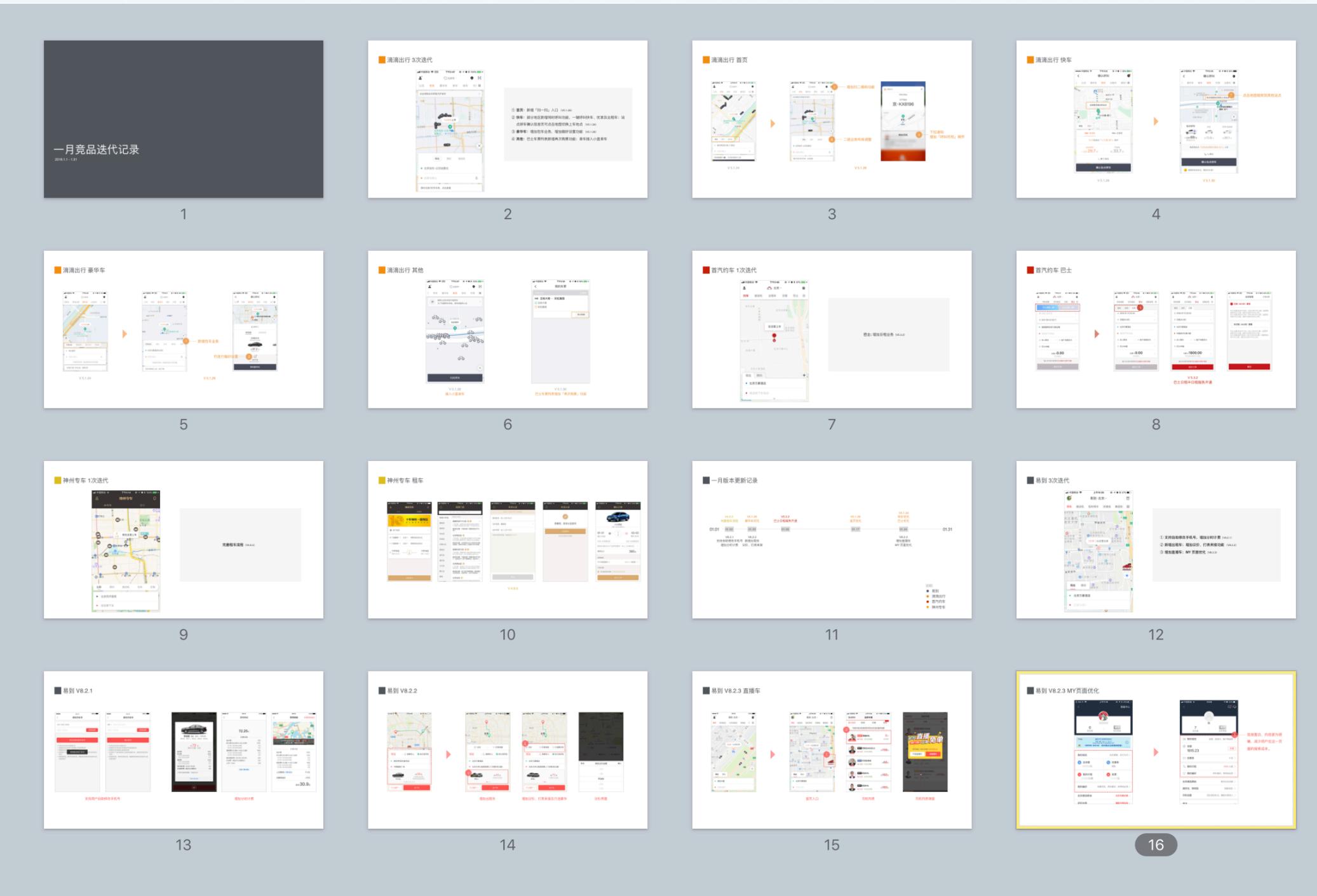
# 03

## 5. 乘客端用户反馈分析报告

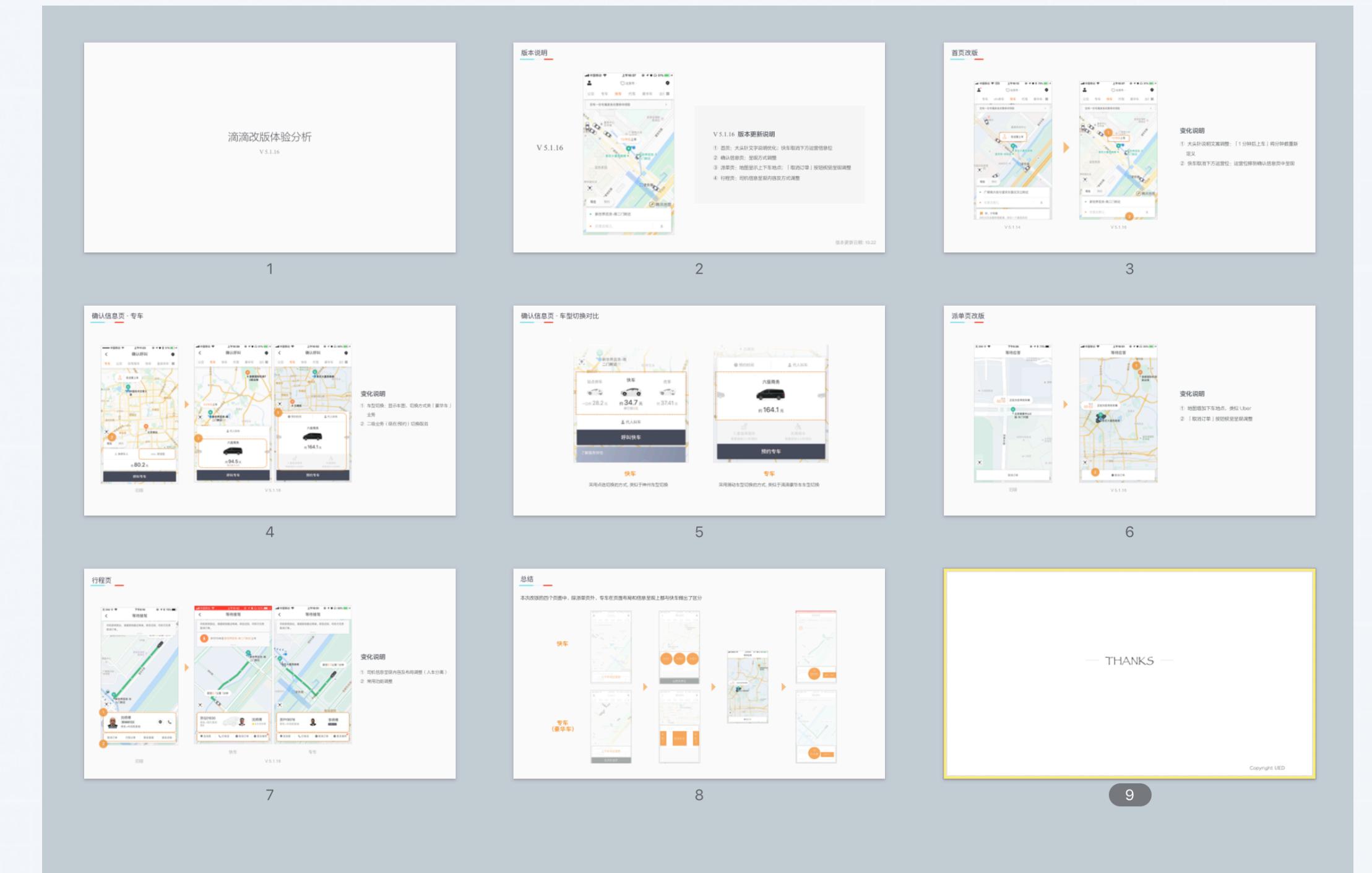
The report consists of 22 numbered screenshots arranged in a grid:

- Screenshot 1:** A dark slide titled "乘客端V8.0用户反馈报告".
- Screenshot 2:** A table of contents for the report.
- Screenshot 3:** A flowchart titled "研究流程" (Research Process) showing the cycle from "用户反馈收集" (User Feedback Collection) to "产品设计优化" (Product Design Optimization).
- Screenshot 4:** A section titled "用户反馈来源" (User Feedback Sources) listing various sources like "App Annie" and "问卷调查" (Questionnaire Survey).
- Screenshot 5:** A diagram titled "问题分类指标" (Problem Classification Metrics) showing categories such as "整体满意度 (PSU)" (Overall Satisfaction), "操作便捷度" (Operational Convenience), and "界面美观度" (Interface美度).
- Screenshot 6:** A table titled "反馈问题汇总" (Summary of Feedback Problems) with 12 rows of data.
- Screenshot 7:** A screenshot of the "优先级建议" (Priority Suggestions) section.
- Screenshot 8:** A screenshot of the "首页 - '红腰带'" (Home Page - 'Red Belt') section.
- Screenshot 9:** A screenshot of the "首页 - '上车地点'" (Home Page - 'Pick-up Location') section.
- Screenshot 10:** A screenshot of the "IM页 - 更多司乘沟通功能优化" (IM Page - Optimize Driver-Car Driver Communication Functions) section.
- Screenshot 11:** A screenshot of the "IM页 - '预估时间'" (IM Page - 'Estimated Time') section.
- Screenshot 12:** A screenshot of the "行程结束页 - '司机评价'" (Trip End Page - 'Driver Evaluation') section.
- Screenshot 13:** A screenshot of the "切换城市 - 反馈分析" (Switch Cities - Feedback Analysis) section.
- Screenshot 14:** A screenshot of the "切换城市 - 优化建议1" (Switch Cities - Optimization Suggestion 1) section.
- Screenshot 15:** A screenshot of the "切换城市 - 优化建议2" (Switch Cities - Optimization Suggestion 2) section.
- Screenshot 16:** A screenshot of the "首页 - 滑动卡片误报" (Home Page - Sliding Card Misreport) section.
- Screenshot 17:** A screenshot of the "更多业务 - 接送机/接送站" (More Services - Transfer/Arrival) section.
- Screenshot 18:** A screenshot of the "后续优化进度" (Future Optimization Progress) section.
- Screenshot 19:** A blank slide titled "附录" (Appendix).
- Screenshot 20:** A table titled "近期反馈及已优化内容" (Recent Feedback and Optimized Content) with three rows.
- Screenshot 21:** A slide titled "NPS计算公式" (NPS Calculation Formula) with a formula:  $NPS = \frac{\text{积极客户} - \text{消极客户}}{\text{总客户数}}$ .
- Screenshot 22:** A slide with the word "THANKS" in large white letters.

## 6. 竞品迭代分析报告



竞品迭代记录模板



竞品迭代分析思路

---

**Thanks**

---