

有驾 App-问答列表重构

重塑用户感知, 让用户和社区更紧密。

2021.03



在这个设计优化项目里，我定义问题，通过用户研究探索用户行为和认知，提出优化建议和方案，推动设计的优化。上线后，数据证明了设计的有效性。

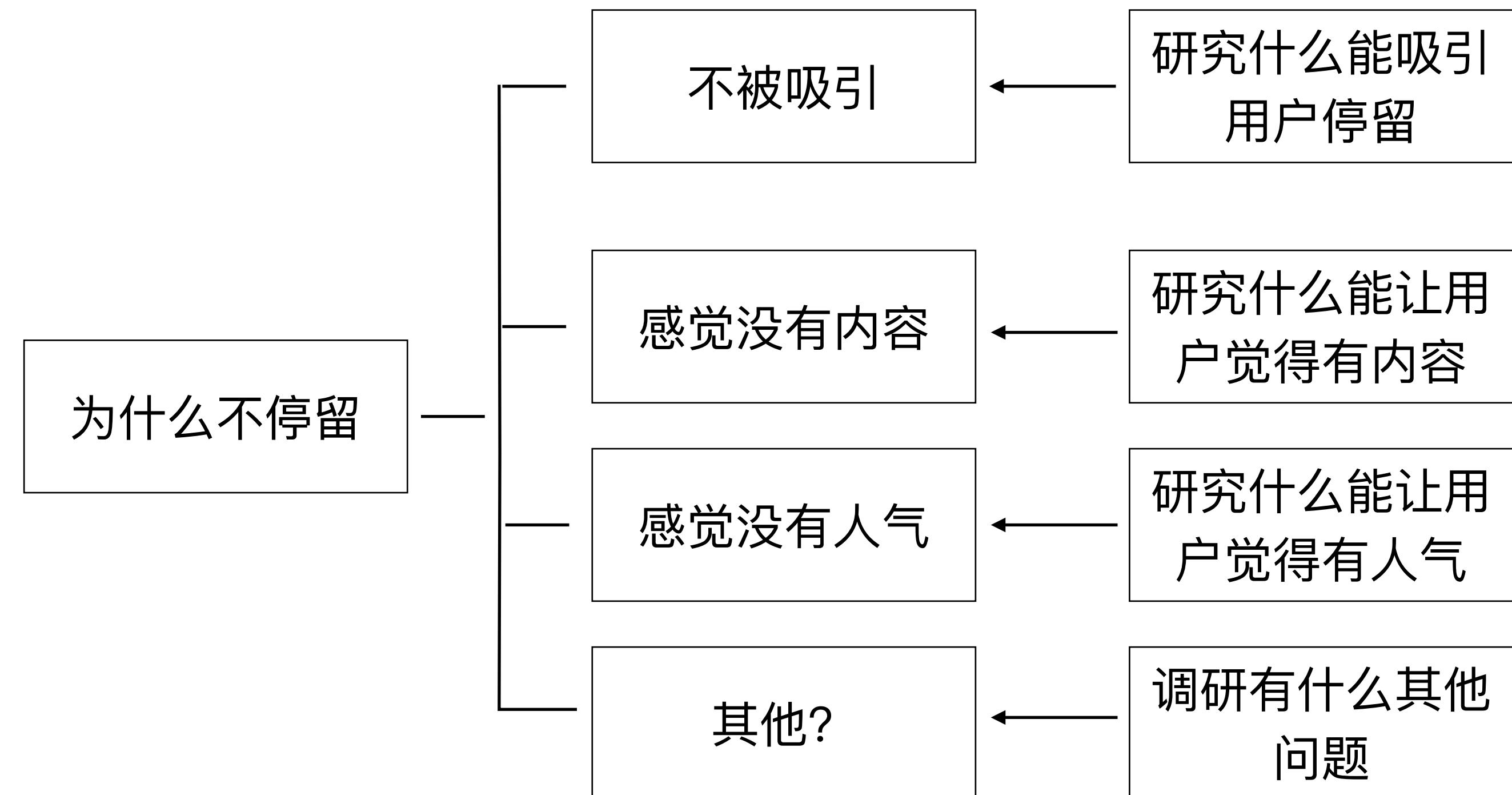
重构动机-问答列表 1.0 用户停留时间过短



问答1.0 上线后，我们发现用户在列表上停留的时间很短，提问的转化率也很低。这不符合我们对产品的预期。

为什么用户不停留和提问？

我分析有哪些原因引起了当前的问题，以及接下来采取的行动。



通过访谈理解用户

什么样的设计让用户觉得有吸引力？用户对我们的设计实际感受如何？除了我分析的原因，还有哪些原因会造成用户不愿意停留和提问？

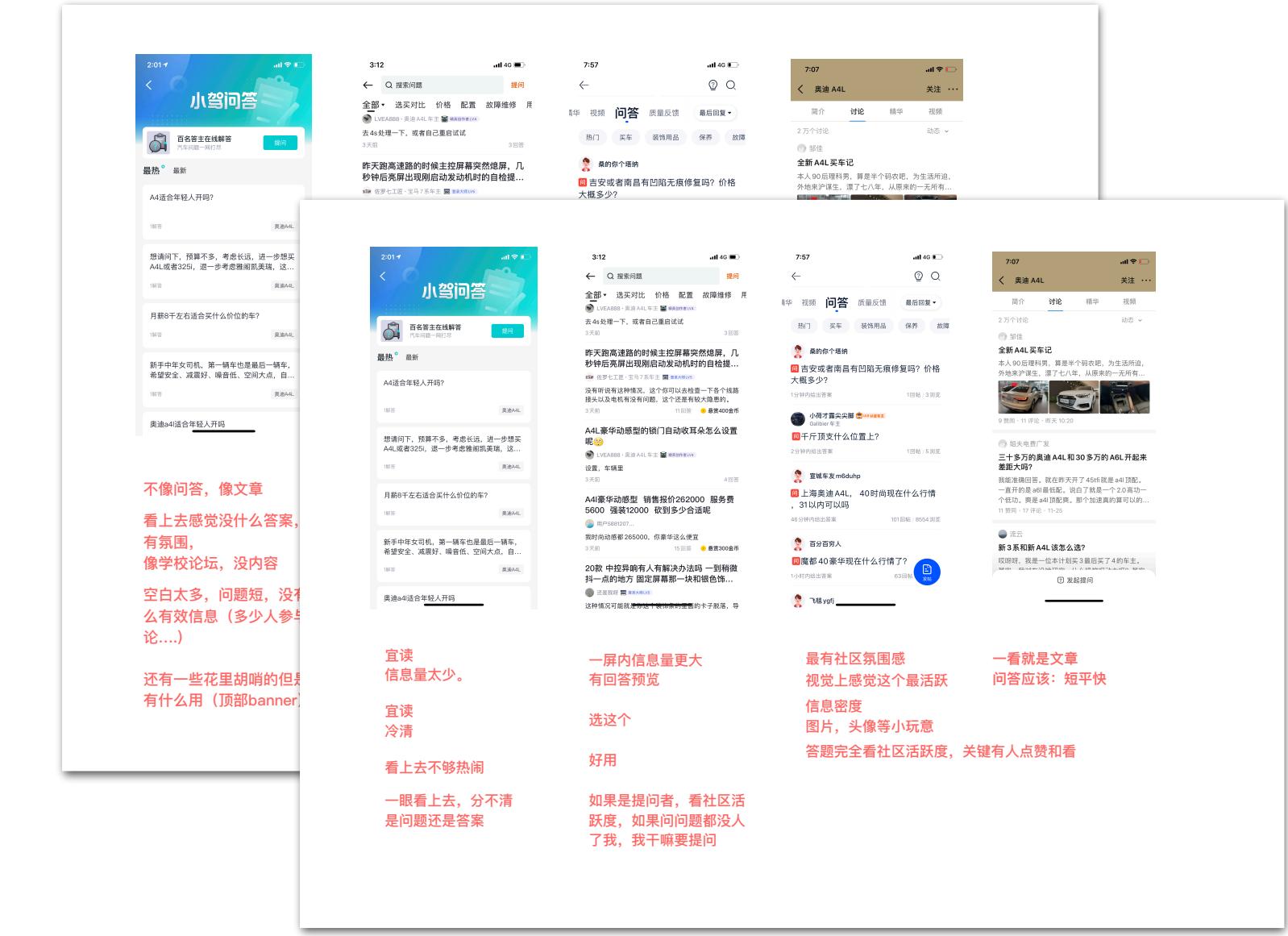
我以有驾 App 和竞品为探针，和受访者讨论用户对有驾和竞品的感受。

研究方法

用户访谈

研究目的

- 发掘什么能让问答社区对用户产生吸引力
- 发掘什么让用户觉得有氛围感
- 发掘什么让用户觉得内容量多
- 探索什么能激励用户提问
- 了解用户当前对我们的设计还有什么不满



一些调研数据

关键发现

- 用户认为当前问答列表感觉冷清，信息密度小，内容少，华而不实。
- 信息密度大，会让用户觉得内容多。
- 标签，头像等元素能让用户感觉更有社区气氛。
- 回报是驱动用户创造内容的重要因子。用户量是用户判断是否回获得回报的考虑点。
- 功能完善会让用户觉得用户数量大。
- 时效性的信息会让用户觉得用户活跃。

“看上去感觉没什么答案，没有氛围，像学校论坛，没内容...还有一些花里胡哨但是没有什么用的东西...”

-用户A

“如果问问题都没人，我干嘛要提问？”

-用户B

定义设计改进策略

根据研究发现，结合业务目标，我定义了改进策略

突出内容

- 强调信息和内容，减少框架和顶部 banner 在页面中的比例，或者去掉 banner。
- 提升信息密度，减小空隙在屏幕中的比例。

提升问题辨识度

- 让“问题”看上去更像问题而不是内容。

提升氛围感

- 增加时效性的元素
- 增加一些提升氛围的视觉元素
- 增加一些数据指标
- 提问可以添加表情

驱动用户行为

- 强化提问按钮

完善功能

- 增加分类 tab
- 增加奖励机制

推动设计实施

有数据支撑的结论更容易令人信服。为了让设计策略被考虑和执行，我研究方法，数据，结果和建议撰写为报告，发送给产品经理。

The report consists of 12 pages, each containing a screenshot of a mobile application interface and a corresponding analysis or suggestion. The pages are numbered 1 through 12.

- Page 1:** Title slide: "问答列表体验研究" (Question List Experience Research).
- Page 2:** Research Methods: "我们通过用户访谈，收集用户对现有App 问题以及商品的反馈" (We conducted user interviews to collect feedback on existing App issues and products). It shows a grid of 8 screenshots of the app interface.
- Page 3:** Main Findings: "主要发现" (Main Findings). It lists several observations with corresponding screenshots:
 - 用户认为当前问题列表信息密度低，信息量少，单图不全。
 - 信息密度大，会让用户觉得内容多。
 - 视觉上更美观，视觉上更美观。
 - 功能完善会让用户觉得产品更强大。
 - 时效性的信息会让用户觉得产品活跃。
- Page 4:** Screenshot showing user feedback: "问答列表对用户的吸引力弱于商品" (The question list is less attractive than products). It lists:
 - 商品
 - 商品标题更长，内容更丰富
 - 商品图片更清晰
 - 分类清晰度高
 - 功能按钮数量大
- Page 5:** Findings: "当前设计让用户觉得形式大于内容" (The current design makes users feel that form is greater than content). It shows a screenshot of the app interface with text: "‘晚上上去睡觉有什么推荐，没有推荐，睡觉也论坛，问的什么...’" and notes: "回答者点的图标过大，是单一内容不多，操作大于内容，反而觉得更像评价区。".
- Page 6:** Findings: "用户会觉得信息密度大的社区内容更多" (Users feel that information density indicates more content in the community). It shows a screenshot of the app interface with text: "同样面积内，信息量越大，视觉上会觉得内容更多" and notes: "商品换了文字，还有一些社区元素，视觉上会觉得内容更饱满".
- Page 7:** Findings: "社区化元素和内容标签会让用户觉得更有归属感" (Community elements and content labels make users feel more sense of belonging). It shows a screenshot of the app interface with text: "商品换了文字，还有一些社区元素，视觉上会觉得内容更饱满" and notes: "商品换了文字，还有一些社区元素，视觉上会觉得内容更饱满".
- Page 8:** Findings: "时效性的信息会让用户觉得社区活跃" (Timely information makes the community feel more active). It shows a screenshot of the app interface with text: "时效性的信息会让用户觉得社区活跃" and notes: "时效性的信息会让用户觉得社区活跃".
- Page 9:** Findings: "回报是用户觉得是否参与提问或者答题的动机之一。用户数量是用户判断能否获得回报的考虑点" (Return is one of the motives for users to participate in questions or answers. User quantity is a consideration for users to judge whether they can get returns). It shows a screenshot of the app interface with text: "回答者表示是否参与回答或者提问时，有点想被回复，如果没有，那么是否有积分奖励是考虑点。积分点数的可行性时，受访老表示会考虑用户活跃度和用户量" and notes: "回答者点的图标过大，是单一内容不多，操作大于内容，反而觉得更像评价区" and "回答者点的图标过大，是单一内容不多，操作大于内容，反而觉得更像评价区".
- Page 10:** Findings: "功能完善会让用户觉得用户量大" (Function完善会让用户觉得 user count is large). It shows a screenshot of the app interface with text: "功能完善会让用户觉得用户量大" and notes: "功能完善会让用户觉得用户量大" and "功能完善会让用户觉得用户量大".
- Page 11:** Design Suggestions: "设计建议" (Design Suggestions). It lists:
 - 提升内容密度
 - 提升功能
 - 提升用户行为
- Page 12:** Design Suggestions: "在设计上我们可以对列表页做如下改进" (Design suggestions for the list page). It lists:
 - 增加内容
 - 增加功能
 - 增加用户行为

增加内容:
 - 增加单图比例，占比增加到3:4
 - 增加评论区，增加评论区
 - 增加一级评论区，增加一级评论区

增加功能:
 - 增加一级评论区，增加一级评论区
 - 增加一级评论区，增加一级评论区

增加用户行为:
 - 增加一级评论区，增加一级评论区
 - 增加一级评论区，增加一级评论区

新的设计方案

在新的问答列表上，我们提升了信息密度和可用性，增加提升社交氛围的元素，并且给内容进行分类。



内容分类tab，让社区内容看上去更多更全。

用户生成的指标，体现社区感。

提问者展示头像，提升提问者的存在感。

问题前加上提问标签，帮助用户快速区分内容和答案。

问题前加上提问标签，帮助用户快速区分内容和答案。

运营浮层通过奖励激励用户贡献内容。

提问引导卡片启发用户提问。

提问按钮吸在屏幕底部，滑动屏幕时消失。即不打扰用户阅读，也能激励用户提问。

视觉效果



上线后，关键指标提升显著

对比新版本上线后一周和上线前一周的数据，列表页人均浏览时长上涨了 51%，提问按钮的点击率涨了 1 倍。

+51%
人均浏览时长

+126%
提问按钮 CTR