# P1

**1 分析用户反馈**

**1.1反馈渠道：**

公开渠道：APPSTORE、APPANNIE、豌豆荚、百度手机助手、微博、贴吧等；

半公开渠道：用户评论、产品微信群、朋友圈等；

私密渠道：用户投诉、电话录音、客服咨询、邮件反馈

**1.2利用渠道：**

公开渠道：搜索、做关键字的订阅、使用检测工具

半公开渠道：定期搜索关键字、定期分析用户评论

内部渠道：整合内部用户反馈渠道、定期与一线同时进行沟通、到一线去体验一下

**2 用户沟通调研**

**2.1 用户调研过程**

1、明确调研的背景和目的：

背景：什么情况下发起调研？是否必须用调研来解决；

目的：通过用户调研希望得到的结果是什么？

2、选择目标用户：

典型用户：通过简单的用户画像，找到典型用户（**什么典型用户？目标用户？**）

目标用户：时间、地点、配合程度——了解清楚再进行约见

邀约用户：直接说明目的、并告知可能发生的情况——提前告知让用户有所预防

用户数量：5~10个用户就够了

3、猜测用户问题

用户可能的问题：通过用户在产品中使用过程中行为表现来发现

可能的解决方案：猜测解决用户问题的手段

确定访问提纲：聚焦且开放的问题

题目数量：线上10~20道，线下5~10道

**在访问用户汇总尽量通过还原用户过程进行访问，而不是逼问和质问**

4、准备调研的内容

本品的已知问题：用户操作习惯、消费习惯和过程、原因

本品的未知问题：用户的痛点是什么、哪些操作用户感觉很烦、用户愿意掏钱做什么

竞品的已知问题：用户置管感知两者区别，本品、竞品的使用差异

竞品的未知问题：如果从竞品移入，用户放弃的理由：从本品移出到竞品，关键原因是？

5、现场调研

了解用户的使用过程；最好观察用户的行为，复原当时情景

提问：对关键行为，预设问题进行体温

反馈：对有效的信息反馈给用户，并深究

6、调研报告

单个用户：记录单用户的调研情况

整体情况：汇总用户调研的过程和结论

行动计划：分享并提出行动计划

7、如实还原，积极反馈

还原：用户是怎么使用出问题的？

反馈：提出改进计划，并且进行反馈，出了解决方案及时通报

**2.2 注意：**

为了调研而调研（没结论，没过程，要带着分析方法、目的）

问用户有什么需求（不是通过用户行为发现需求）

试图说服用户（用中立的态度看事情，不要带入个人情感、不要说服用户）

依赖调查问卷（得到了感觉有价值的数据）

# P2

1 雷区

1. 指望从用户调研中获得需求
2. 把用户调研当做单纯的用户访谈
3. 把个体当做整体
4. 从用户调研中找自我感觉得证明
5. 用户调研结论中谈论占比

2 no zuo no die

1、直接问用户想要什么、有什么需求

2、直接问用户有没有用、好不好用

3、快速打断用户

4、说服用户

3 用户调研过程

1. 明确背景和目的
2. 选择目标用户
3. 分析用户面对的问题
4. 准备调研的内容
5. 现场调研
6. 总结报告

4 收集用户特征

1. 收集数据
2. 分析数据
3. 打标签
4. 解决方法

即：

1. 个体分析
2. 集体分析
3. 召回验证
4. 解决办法

关键是：行为分析

5 调研方法：望闻问切

1. 望：看用户怎么操作的
2. 闻：猜测用户在哪里出错
3. **问：让用户说出当时的想法——>最关键**
4. 切：切合用户需求，发现机会点

6 让用户说出想法

1. 让用户讲故事，讲他的经历，把用户当做采访对象
2. 少打断，多鼓励用户表达，用期待的眼神看着用户
3. 说反话，聊对立的用户，让用户表达看法

撒娇、卖萌、加无耻？