

用户研究员

1 用户研究概述

- 1.1 认识用户研究
 - 1.1.1 用户研究的定义
 - 1.1.2 用户研究的重要性
- 1.2 互联网产品研发中的用户研究
- 1.3 网易的用户研究体系
 - 1.3.1 网易用研体系
 - 1.3.2 用户研究员的成长路径
- 1.4 用户研究攻略
 - 1.4.1 如何面试用户研究岗位
 - 1.4.2 用户研究的误区

2 用户研究方法论

- 2.1 用户研究方法概述
 - 2.1.1 方法总览
- 2.2 定性研究方法概述
- 2.3 定性研究方法的操作
 - 2.3.1 访谈法
 - 2.3.2 观察法
 - 2.3.3 情绪版
 - 2.3.4 卡片分类
- 2.4 定量研究方法概述
- 2.5 定量研究方法的操作
 - 2.5.1 问卷调研法
 - 2.5.2 流量\日志数据分析
 - 2.5.3 实验研究法
 - 2.5.4 其它定量数据获取方式
- 2.6 如何分析定量数据
 - 2.6.1 基本统计方法
 - 2.6.2 常用分析思路
 - 2.6.3 常用分析工具介绍
 - 2.6.4 常见数据解读错误
- 2.7 混合式方法
 - 2.7.1 定量方法的结合
 - 2.7.2 定性定量的结合
 - 2.7.3 精确性和成本的取舍

3 用户定位与需求分析

3.1 为什么要做用户定位

3.1.1 不同的用户定位会对产品有怎样的影响？

3.1.2 用户类型和产品差异

3.2 怎么做用户定位

3.2.1 用户研究的“用户”都有谁？

3.2.2 怎么做用户定位

3.2.3 用户方的定位

3.3 业务方的需求挖掘

3.3.1 业务方是怎么提需求的？

3.3.2 想要挖掘这些需求，需要做什么准备？

3.3.3 挖掘需求是循序渐进的

3.4 用户方的需求挖掘

3.4.1 用户通常怎么提出需求？

3.4.2 需要做些什么样的准备来分析它们的需求？

3.4.3 挖掘用户需求的过程详解

3.5 需求的价值和取舍

3.5.1 哪些用户告诉你的需求是假的？

3.5.2 眼花缭乱的各路需求，我们都能满足吗？

3.5.3 如何确定各个需求的价值

4 测试评估提升用户体验

4.1 用户体验的度量

4.1.1 用户体验是什么？

4.1.2 用户体验如何度量？

4.2 可用性测试的敏捷模式

4.2.1 什么是可用性测试？

4.2.2 如何进行敏捷模式的可用性测试

4.2.3 可用性测试的敏捷模式的变种

4.2.4 实战：手机原型制作

4.3 启发式评估

4.3.1 启发式是什么？

4.3.2 如何进行高效的启发式

4.3.3 启发式的注意事项

4.4 数据分析驱动用户体验

4.4.1 用户体验优化设计

4.4.2 什么是数据分析

4.4.3 案例分析

5 用户分群与追踪研究

- 5.1 用户分群与追踪
 - 5.1.1 用户画像概要
 - 5.1.2 （时间点）定性用户画像
 - 5.1.3 （时间点）定量用户画像
 - 5.1.4 用户画像的应用价值
 - 5.1.5 （时间线）用户追踪研究

- 5.2 关注特别的用户
 - 5.2.1 高价值用户研究
 - 5.2.2 流失用户研究
 - 5.2.3 进阶：流失预警模型

- 5.3 满意度追踪体系
 - 5.3.1 用户满意度调研
 - 5.3.2 用户满意度追踪体系
 - 5.3.3 用户反馈与舆情追踪

- 5.4 留置研究
 - 5.4.1 留置研究
 - 5.4.2 留置研究的延续

6 从用户研究到商业分析

- 6.1 商业分析概述
 - 6.1.1 概述
 - 6.1.2 商业分析在互联网的应用
 - 6.1.3 用研为什么要学习商业分析
 - 6.1.4 互联网商业分析的问题类型和基本流程
- 6.2 商业分析（上）：信息和数据的获取与分析
 - 6.2.1 互联网信息和数据的分类与解释
 - 6.2.2 互联网外部信息和数据的获取
 - 6.2.3 互联网外部信息和数据的分析
 - 6.2.4 互联网外部市场情报体系
- 6.3 商业分析（中）：行业研究与公司研究
 - 6.3.1 辨别正确的研究目标 and 需求
 - 6.3.2 研究前：信息与数据的输入
 - 6.3.3 研究前：结构化的思辨能力
 - 6.3.4 进行研究：行业研究
 - 6.3.5 进行研究：公司研究
- 6.4 商业分析（下）：解决不同产品发展阶段中的问题
 - 6.4.1 概念期产品面临的主要问题及解决方法
 - 6.4.2 发展期产品面临的主要问题及解决方法
 - 6.4.3 成熟期产品面临的主要问题及解决方法
 - 6.4.4 衰退期产品面临的主要问题及解决方法