**体验诊断分析**

**根据指标的数据表现，进行体验问题的诊断，诊断过程示例如下：**

**体验报告内容描述：**通过对理财首页进行整体诊断，理财首页包含的各模块的点击率与点击购买转化率数据如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 区域名称 | 点击率 | 点击购买转化率 |
| 顶部功能位 | 6% | 18% |
| 中部轮播位 | **1%** | **20%** |
| 中部列表推荐位 | 3% | 10% |
| 底部列表推荐位 | 1% | 10% |

虚拟数据

**整体页面诊断：**

理财首页包含的所有模块中，“中部轮播位”的点击购买转化率高达20%，处于第1名的水平，而点击率只有1%，排在第3名。该模块的转化率高，应该尽快解决点击率的问题，从而提升业务转化。可能原因及建议如下：

点击率低的可能原因为：

1. 信息有遮挡，展示不全，影响客户的点击；
2. 轮播位不能自动播放，导致后面的推荐内容客户只能手动切换才能看到，而很多客户可能不知道该位置可手动切换，导致后面帧位的点击率很低，从而拉低了整体点击水平；
3. 未将产品核心优势信息展示出来，导致对客户的吸引力较差，导致点击率低。

优化建议：

1. 如果是因为原因1，则建议优化页面设计，避免信息遮挡，将信息展示更加充分；
2. 如果是因为原因2，则建议将轮播位设置成自动翻阅的形式，增加轮播内容的曝光，提升客户的点击；
3. 如果是因为原因3，则建议在轮播展示图片上显示产品核心优势信息，如利率、优惠信息等，吸引客户点击。

**首屏页面诊断：**

理财首页首屏包含的模块有顶部功能位、中部轮播位、中部产品推荐位。其中“中部轮播位”的点击购买转化率高达20%，处于第1名的水平，而点击率只有1%，排在第3名。该模块的转化率高，应该尽快解决点击率的问题，从而提升业务转化。（说明：数据表现与“整体页面诊断”结果相同）可能原因及建议如下：

可能原因及优化建议同“整体页面诊断”。