

打车产品体验-报告

一. 体验前的自我认知

个人诉求	<ul style="list-style-type: none">- 目标用户画像和实际用户画像- 功能的实际使用场景，使用流程和优化策略- 有数据支撑的行业认知
可能的偏见	<ul style="list-style-type: none">- 相对重视数据获取和技术实现的难度- 忽视数据中可能存在的幸存者假设

二. 体验内容

2.1 XX类型产品，XXX

2.2.1 xxx

体验时间	体验机型	体验产品	一句话简介/slogan “用什么方式、解决了什么人、在什么地方、遇到的什么问题”	版本

- 产品功能（必须）
 - 架构展示 – 流程图
示例：<https://shimo.im/docs/bY2qOthbw4cMK9jt/read>
 - 不同产品功能架构之间的差异化分析 – 韦恩图
 - 核心功能/业务分析及建议
 - 选取产品的核心功能模块（至少3个）
 - 展示 – 数据支撑（来自市场调研）
 - 产品的优化方案 – 文字+数据+原型图
 - 示例：<https://shimo.im/docs/ayF8H4lo10g49q0w/read>
- 用户体验历程（必须）
 - 确定用户故事和用户画像
 - 收集故事和产品的市场表现：通过用户访谈、问卷调查、可用性测试，在各渠道（App Store、安卓商店、易观、艾瑞、腾讯指数、百度指数、极光大数据、aso100、易观、贴吧微博和项目组自己的需求反馈通道）收集并整理
 - 建立画像
 - 基本信息：年龄、性别、消费能力、地域分布等
 - 典型特征
 - 产品相关

- 使用场景：用户在什么情况下会使用产品
- 用户行为（反馈、体验方法等）
- 用户价值（能力、习惯等）
- 用户访谈
 - 根据做出的用户画像，设计问题列表，进行深度访谈
 - 完成调研后，根据访谈信息表再次完善用户画像和场景
- 需求分析和需求验证
- 展示 – 流程图（visio，亿图图示）；用户故事地图
 - 示例：<https://shimo.im/docs/ASY2FDtcWTsSxOnd/>
- 展示 – 数据支撑（产品的市场表现、用户数据分析）
- 优化建议 – 文字+数据+原型图
- 运营推广方案（可选）
 - 支付宝案例：<http://www.woshipm.com/operate/3471858.html>
 - 如果有目前正在进行的运营活动，参与进去，举出一例进行分析
 - 此活动，是怎么样使用户满意，给产品带来了什么价值？（是活动有新意，打动了用户，给予用户产生共鸣的感觉；还是通过砸钱，给予大的优惠力度等等）
 - 优化建议 – 新方案

结论：

【1】结合产品体验，提出对产品市场、产品实际用户和目标用户的理解，挖掘尚未被满足的需求

【2】结合核心业务分析，提出新的产品功能架构或产品设计方案，对方案按一定维度进行排序，方便下一版本的开发优先级划分和任务排期