

疫情产品体验-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 网页产品，物资捐赠流程优化

- 体验的产品

名称	版本	捐赠者（个人或企业）的捐赠流程	推荐策略	备注
阿里-物资寻源平台	无	进入 首页 -> 向下滑动查看物资需求 -> （可选）选择物资种类 -> （可选）选择查看“全部”/“企业直采”/“零售供货” -> 点击“我要供货”按钮进入 报价页 / 点击任意一条信息框内的任意位置或“查看详情”按钮进入 详情页 ，再点击“我要供货”进入 报价页 -> 依次填写企业信息、产品信息和物流信息 -> 完成捐赠	无	
火石创造-疫情防护物资供需发布平台	无	进入 首页 -> 点击“物资供应”按钮进入 物资供应页 ->	无	已下线

		<p>点击任意一条信息框内的任意位置 进入详情页 -></p> <p>点击“我要捐赠”按钮进入捐赠页 -></p> <p>填写个人/企业信息和捐赠的物资信息 -></p> <p>等待志愿者确认 -></p> <p>其他页面或线下复制地址和电话填写快递 -></p> <p>完成捐赠</p>		
<p>抗疫联盟-物资需求发布平台</p>	无	<p>进入首页 -></p> <p>向下滑动查看物资需求 -></p> <p>点击任意一条信息框内的任意位置 进入详情页 -></p> <p>(可选) 复制电话进行联系 -></p> <p>其他页面或线下复制地址和电话填写快递 -></p> <p>完成捐赠</p>	无	已下线
<p>联合发布-云逆行-新冠物资公益平台</p>	无	<p>进入首页 -></p> <p>点击“我有物资”按钮进入物资供应页 -></p> <p>填写个人/企业信息和捐赠的物资信息 -></p> <p>等待志愿者确认 -></p> <p>志愿者对接需求方，提供地址和电话 -></p> <p>其他页面或线下填写快递 -></p> <p>完成捐赠</p>	无	

附图：

- 体验时间：2020/2/03 20.00 – 21.30
- 体验方式：PC端浏览（win10，Chrome 69.0.3452.0），手机端浏览（小米8se，MIUI 11.0.2）
- 体验中的评估和反馈
 - 尝试联系 阿里-物资寻源平台客服询问可否使用平台上的物资生产厂家名单
 - 状态：失败
 - 尝试联系 联合发布-云逆行-新冠物资公益平台客服询问团队合作意向

- 状态：联系上3个武汉当地志愿者团队

- **体验结论**

- 对于捐赠者物资捐赠流程，以上产品没有推荐策略
- 当捐赠者不了解已有物资是否满足物资标准时，以上产品没有对应的提示或帮助
- 进入物资供应页前的流程优化思路：
 - 进入首页 ->
 - 点击“开始匹配”按钮进入物资列表页 ->
 - 点击每类物资右侧问号，查看标准说明悬浮窗，勾选可以提供的物资 ->
 - 点击“查看匹配结果”按钮进入物资供应页
- 体验中的BUG
 - PC端网页显示容易出现页面元素大小失衡，位置错乱，如[云逆行-新冠物资公益平台](#)，示意如下



- 已知解决方案
 - F12进入开发者界面，点击开启响应式设计模式
- 失败的尝试
 - 改变页面放缩比例无效