第二次小作业的答辩需包含：

a.头脑风暴的过程及结果，包括**脑暴议题**（哪些信息需要从问卷中得到）、**选用的方法**（头脑风暴、KJ法）、**产出物**（问卷需要包含的问题、问卷的结构、最终问卷）等；

b.**问卷设计**；**X-mind产出**

c.问卷数据分析过程及结果；

d.用户模型,具体包括：基本人口学信息、人群比例、利用问卷数据分析得出的用户行为态度等方面的信息。

**明确目的和我们想要知道的信息**

**调研目的：**通过问卷得到信息：

1.更加理解求美者的特征、行为、态度（什么人），为设计提供参考

2.对正规医院有需求的求美者的比例（多不多）

3.得到预期服务针对的求美者和其痛点，降低沟通成本

4.明确未来的设计方向

**我们想要知道：**

**需求：**求美者是否有寻求正规医院进行医美服务的需求

**价值观：**对医院的安全性（服务过程中）、医生水平、员工素质、环境、卫生性、设备等级、床位数量、隐私性、国际化水平等因素的比重权衡

**偏好：**用户对具体的医美环境的偏好；

用户对医美的看法；

用户对医生特质的偏好等

**痛点：**求美者对于鉴别正规医院的痛点？

求美者对于在最短时间内得到最优服务的痛点？

**期待：**求美者对于如何寻找正规医院的期待？

（以上部分需要再措辞）

**具体流程的确定和问卷设计**

**调研流程：**

**综述：**头脑风暴、KJ法、问卷法、SPSS分析（超过150份有效问卷）

**具体流程：**头脑风暴、KJ法

设计问卷

发放、回收

筛选有效问卷

SPSS分析（主成分分析、因子分析、聚类分析），得到定量用户模型

**问卷框架的确立：**

**头脑风暴、KJ**

最终确定了个31方向的问题，分为6类。

1. **人口学信息(获取基本信息、初步区分有效问卷)**

性别、年龄、所在城市、职业、月收入、月支出、一年在护肤、保养、服装方面花费占总支出的比例、最常用的app、用户在空闲时间的娱乐活动

1. **类似经历（区分有效问卷、用户和潜在用户）**

是否有医美经历，是否有想过通过医疗手段让自己变得更好看的想法，在未来两年内是否有医美的打算，第一次医美的场所，如果你已经有医美的打算，但是没有付诸实践是为什么，

1. **形象注重（区分有效问卷、审美偏好）**

有没有护肤、美妆，选取产品时最注重的方面，如果你要去医美你会选择什么医院，审美偏好（给图），你认为外形在日常生活中的重要程度，了解以下哪些医美服务项目，是否关注有关医美整容的信息，如果你想买爽肤水，你会选择以下哪个，选择护肤品、化妆品时最注重的方面

1. **价值观（获得用户和潜在用户的特征、行为、态度）**

（1：非常不符合；2：比较不符合；3：无所谓；4：比较符合；5：非常符合）

*我更愿意去安全性更高的医院*

*我更愿意去被大众熟知的医院*

*我更愿意去装修精美的医院*

*我对服务态度的看重程度*

*我更愿意去朋友推荐的医院*

*我更愿意去大多数人认可的医院*

*医院案例对我选择医院有较大的影响*

*（排序、限定信息）*

排序：知名度、医院环境、服务态度、朋友推荐、现有案例、国际化水平

排序：医生学历、从业年数、现有案例、医生审美、医生国籍

是否介意医院用您的照片做宣传，

整容会不会给你带来自信，

您购买美容产品最常用的途径

1. **痛点（寻找可能存在的机会点、验证已经发现的机会点）**

在选择医院的时候是否多方渠道获取医院信息，

是否想减少在选择医院上花费的时间，

是否需要咨询顾问来帮助你选择医院，

用户是否需要医院和医生的综合水平报告

是否可以区分正规医院

是否了解在非正规整容医院进行服务的风险

（发散）

1. **服务、社会期待（机会点）**

你的身边是否有人进行医美，

你亲人对医美的接受度，

你朋友对医美的接受度

建立一个场景，询问用户对新鲜事物的接受程度

对未来整形引导服务的期待

重新整理了维度

通过KJ和头脑风暴，产出了问卷的具体问题，以及想获得的针对性信息。

正规医院和PT医院有什么分别 整容医院的分类 桌面调研

发问卷

找现有问卷