

产品改版

如果产品要做改版，如何做？如何判断这么改版是否正确？有什么方式进行评判（事前/事后）？

1. 评判角度

改版前：

- 1) 意见收集；2) 数据分析；3) 问卷调研

改版后：

- 1) 数据分析；2) 用户反馈；3) 行业反馈；4) 商业价值

2. 具体思路

一般而言，产品改版有以下四种需求来源：

- 1) 用户调研和用户反馈分析
- 2) 数据分析
- 3) 团队成员（boss、运营、市场、技术）提的需求
- 4) PM自己对产品的思考和重构。

改版前，主要用以下三点进行改版的评定：

- 1) 意见收集：集中分析和处理用户的各种反馈，整理和概括出用户抱怨比较多的功能模块、页面布局
- 2) 数据分析：通过监测各页面模块的点击数计算各模块的用户黏性，从而发现需要重构的点
- 3) 问卷调研：从用户的角度出发，去引导其阐述他们在产品中想要做的事情和遇到的困难

改版后，主要用以下四点进行改版评定：

数据分析

- 1. 总体流量分析：从流量趋势变化、来源构成、去向分布变化等角度来分析。注意观察流量变化的背后原因，但需要注意的是，要排除由于改版后顺势而推的运营活动造成的流量短期增大的现象
- 2. 用户黏性分析：从用户流失率、存留率、访问天数分布等指标来分析
- 3. 页面效率分析：分析页面的点击效率（总体、各分页面）、点击黏性（改版前后页面或内容的人均点击次数差异）等指标来分析。

用户反馈

- 1. 通过用户调研、微博用户反馈、产品反馈等途径，收集用户对新改版页面/功能的满意度、口碑及评价，并找出可以继续优化的点

- 2. 通过眼动测试和可用性测试，了解用户对改版后页面/功能的使用情况。（眼动测试，就是通过视线追踪技术，监测用户在看特定目标时的眼睛运动和注视方向，并进行相关分析的过程。过程中需要用到眼动仪和相关软件。早期人们主要利用照相、电影摄影等方式来记录眼球运动情况，现在利用眼动仪等先进工具，可以得到更加精确的记录。）

行业反馈

业内人士访谈是很有用的方法，竞品的改版动向也是侧面反映产品改版效果的一个方面。行业反馈的来源可以是专业的访谈，也可以来自同行/高级用户的朋友圈

商业价值

广告变现价值的上升也是评判改版成功与否的关键因素。需要对数据指标、广告主来源（是否引入了高端品牌）、实际收入对比三方面综合考量。