案例:产品需求分析-小蛮腰

1. 需求分析: 判断这是个多需求还是单需求

根据经验,我们推测用户搜索"广州小蛮腰"的时候,有以下三种需求

- 广州塔-知识需求
 - 主需求: 知道广州小蛮腰是什么
 - 次需求: 名字是怎么来的、建筑历史、建筑风格描述、建筑功能等(其他的同学们可以自由发散补充,有理有据即可)
- 广州塔-旅游信息
 - 主需求: 旅游攻略信息
 - 次需求: 买票、票价、开门时间、注意事项、游玩须知、周边旅游等
- 广州塔-地理位置查找
 - 主需求: 找到广州塔具体在哪里
 - 次需求: 寻求到这里的交通方案、电话、周边设施等

2. 通过需求分析的结果,规划需求的使用路径

2.1 知识需求

主需求路径:搜索→点击进入百科网页

次需求路径(以名字由来为例): 搜索→点击进入其中一条百科网页→(如果有这方面内容)则在百科中找 到对应内容区域后完成

2.2 旅游信息

主需求路径:搜索→点击进入旅游攻略网站

次需求路径(以票价为例):搜索→点击进入旅游攻略网站→浏览网页内容,找到票价信息

2.3 地理位置查找

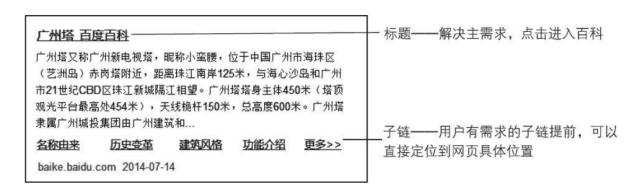
主需求路径:搜索→点击进入地图结果,查看地图信息

次需求路径(以寻求到这个地方的交通方案为例): 搜索→点击进入地图→在地图中找到交通功能,输入起点,点击搜索→获得交通路线。

3. 依次完成产品设计

3.1 知识需求

主需求通过一般网页就可以得到良好满足,重点要缩短次需求路径,那么最简单的方式就是将次需求做子链前置



3.2 旅游信息

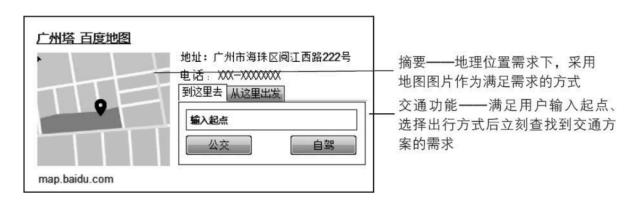
和知识信息类似,主需求也可以通过网页很好地解决,而旅游信息相比较知识信息,有更多短但是很重要的信息,这些信息完全可以提前在搜索结果页中让用户看到,例如下面的设计:



值得注意的是,考虑到帮助用户更快进入购买门票流程,这里将购票按钮提前了,同学们可以尝试自己发挥一下,这里怎么设计才能够帮助用户更好地决策呢? (也可以适当增加附近住宿、周边景点、周边美食等次要需求的辅助入口。)

3.3 地理位置查找

主需求(位置所在)就可以尝试提前帮助用户获取信息,那么最简单的方式就是将地图缩略图和地址放出,如下设计:



而次要需求则需要考虑帮助用户缩短"查找交通方案"的路径,那么我们可以将一部分网页里的交互提前,比如上图中右下角的设计,这里参考了如下图所示地图结果里面本身的设计。

♥ 到这里去		♥ 从这里出发		
起点		•	公交	驾车