





觸發



行為

變動型獎賞

投入

# 產研設計方案：02

例「青境式購物」系列

- ① 深化用戶的「穿搭」的需求場景，滿足用戶之餘也打造產品的獨特價值主張
- ② 與數據資料團隊共同打造「風格模型」，將商品源與情境需求搭配包裝
- ③ 設計用戶的「留存機制」，利用「追蹤」的強動機行為，帶入「人與人」的情感化設計

\* 此設計方案已上線，實際成效有效提升人均瀏覽商品頁數與使用時長，正在規劃後續在「商品推薦」的迭代，提升商品的加入購物車率

觸發

- 場景需求
- 新功能上線推廣（站內、站外）
- 週期性推播

行為

- 立即追蹤
- 探索

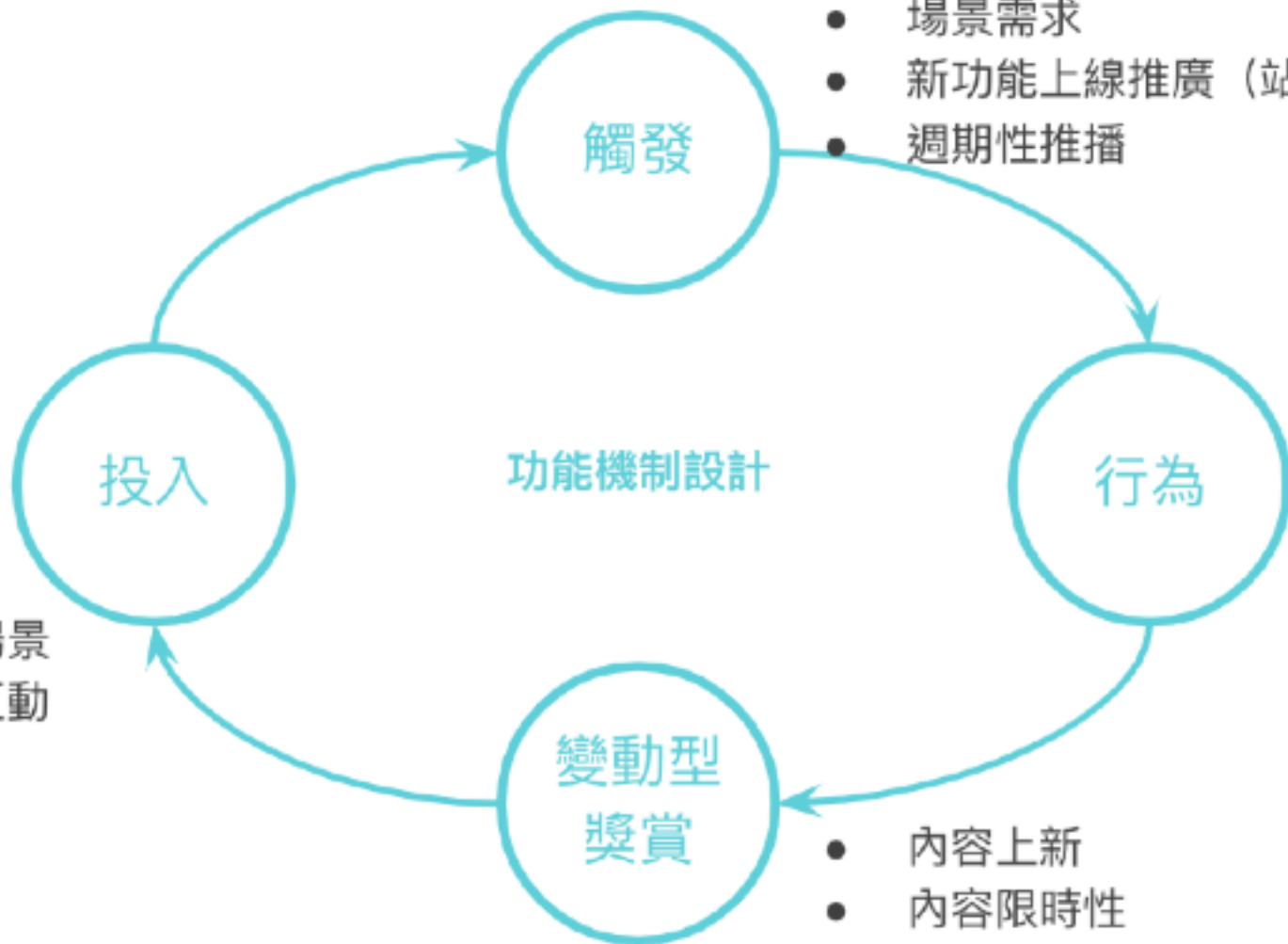
變動型  
獎賞

- 內容上新
- 內容限時性

投入

功能機制設計

- 追蹤更多場景
- 產生更多互動



Project | Annual | Very Buy Product Strategy

©2021 Weitseng. All Rights Reserved.



① 深化用戶的「穿搭」需求場景，滿足用戶之餘也打造產品

獨樹標價直銀

# 2 與數據資料團隊共同打造「風格模型」將商品源與情境需求

③設計用戶的「留存機制」和用戶「追蹤」的強動機行為，帶入

持 本 同

西 配

回

生



# 「與妳的佳期」設計



時長正在規劃後續在「商品推薦」的迭代，提升商品的加入購



此設計方案已上線實際成效有提升  
到每商品頁數與使用





# 設立數據指標，驗證產品與設計策略

產品  
的  
北極  
星  
指  
標  
「  
加  
入  
購  
物  
車  
」  
為  
整  
體  
Prdm  
的  
綜  
效  
指  
標

①整合產品各項維度的指標，提醒自己與團隊要關注整體的健康發展，產品才算真正成功

為了讓團隊執行的目標更明確，將其拆解更具體的先行產出目標

②建立Dashboard(量化質化並進),讓資訊在E及各部门間透明化,推展公司數據驅動的做事文化





策冊核指標(Owner)

● ATC 用戶數、ATC Item 數

● 力加入購物車 (Add Moment)

• ATC% / ATC% by user

產 品 國 際 P M









# 產品開發團隊(Scrum)

● 用戶互動深度(PNUE)

● 劉涓子長安劉涓子數

● 用用用用用 (PRNM)

● 年度用戶數、年度活躍用戶數





NRBS

● 度意滿後普點節奢





## All Internet

UTC: 26, 16:00:00 (GMT+8)

## APCN

2021-02-18 00:00-2021-02-18 00:00

3-1 (GMT+8)

All

5.95%

Android

5.54%

iOS

3.04%



## APCN: Dg user

2021-02-18 00:00-2021-02-18 00:00

3-1 (GMT+8)

Android

16.06%

iOS

16.04%

MPWeb

2.67%



## 加入購物車的次數

2021-02-18 00:00-2021-02-18 00:00

3-1 (GMT+8)

Android

6,556

MPWeb

6,526

iOS

4,906



## 加入購物車的用戶數

2021-02-18 00:00-2021-02-18 00:00

3-1 (GMT+8)

MPWeb

2,976

Android

2,383

iOS

1,722



## 加入購物車的用戶數

2021-02-18 00:00-2021-02-18 00:00

3-1 (GMT+8)

MPWeb

866

Android

202

iOS

152

