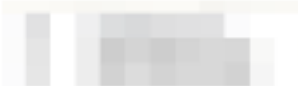



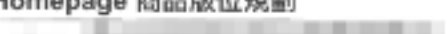









決策的靈活性，有效率的安排Practically

Timeline	Q1	Q2
Objective	暖身 <ul style="list-style-type: none"><li>確保送給 DF 的數據正確性</li></ul>	提升逛商品的轉換效率 <ul style="list-style-type: none"><li>讓來自 DF 的商品內容賦能產品</li><li>開闢產品上的「探索」感知</li></ul>
To Be Done		<ul style="list-style-type: none"><li>Item Page 商品版位規劃 </li><li>逛的鏈路優化 </li><li>情境式購物入口從首頁移出，另闢「探索」區塊 </li><li>Homepage 商品版位規劃 </li></ul>
Expected Benefit		<ul style="list-style-type: none"><li>逛更多商品</li><li>加入購物車（%、用戶比例、商品數提升）</li></ul>
Measurable Metrics		<ul style="list-style-type: none"><li>人均使用時長</li><li>人均瀏覽頁數</li></ul>

Timeline	Q3	Q4
Objective	提升場館的體驗深度 <ul style="list-style-type: none"><li>頁面間的流轉提升</li><li>深化場館的逛街體驗（商品詳情頁、首頁、搜尋）</li></ul>	提升用戶個人化的體驗感知 <ul style="list-style-type: none"><li>建立用戶對 VeryBuy 提供價值的定位</li></ul>
To Be Done	<ul style="list-style-type: none"><li>情境場館商品源更換成「風格模型」</li><li>探索區塊新增「人為商品運營」模組 </li><li>「搜尋」體驗優化 </li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>個人化購物體驗感知 Personalization </li></ul>
Expected Benefit	<ul style="list-style-type: none"><li>逛更多商品</li><li>加入購物車（%、用戶比例、商品數提升）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>逛更多商品</li><li>加入購物車（%、用戶比例、商品數提升）</li></ul>
Measurable Metrics	<ul style="list-style-type: none"><li>人均使用時長</li><li>人均瀏覽頁數</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>人均使用時長</li><li>人均瀏覽頁數</li></ul>

## 短、中期 (Q1~Q2)

以現有的產品場景，根據**產品數據分析**尋找斷點，優化逛街的路徑體驗；藉由**質化的用戶訪談、售後滿意度問卷調查、易用性測試**，找到用戶「尋找商品」在動機上的機會點

目標：

- ① 增加滿足現有用戶的線上「逛」的出發點
- ② 擴大現有族群的市佔率

## 長期 (Q3~Q4- 隔年 Q1)

與 Data Foundation 團隊打造「風格模型」  
藉由**演算法對於用戶行為數據的積累與自我演化**，提高商品與用戶的**精準匹配性**、並能為線下與供應鏈的合作提供有力的商談「用戶證據」

目標：

- ① 利用風格擴大不同用戶群的獲取
- ② 打造公司在供應鏈的的商品矩陣基礎，提升對於商品的掌控力



## 商品詳情頁



## 首頁



## 搜尋









以擅長U的優勢，在產品策略對焦的過程中，利用設計方法

和認知，促進對於結果的認同度提升溝通的效率

製作McKup及Ptypе，與Stalker和團隊對齊期待

Project | Annual | Very Buy Product Strategy

©2021 Weitseng. All Rights Reserved.

①因過往的工作經驗，與設計師工程師有豐富的合作經驗，對我規劃每個Milestone太有助益，提升落地的可執行性

②對於解的技術與團隊商討後能掌握開發技術的複雜度與執行方向，並將成本低價值高的專案往前移，換取時間讓技術團隊有時間準備。



Ranap, 將專案優先順序重新安排, 團隊先根據現況做價值高的專案, 重新規劃時程將延遲的專案專心做好

③ 曾遇到實際執行時成本比當初開發評估時高出許多的狀況，無法達成上線的預期時程，與團隊盤點狀況後，便快速與Stack Overflow 召開會議討論調整。

