社区团购app的产品分析

1. **橙心优选**

1.使用体验（体验了搜索功能和首页的分类功能）：

从搜索功能上看，在搜索前和搜索中由于提供了默认搜索结果、历史搜索以及热门搜索内容，因此体验较好，减少了我思考搜索什么东西的时间。但是从搜索后，出现结果来看，橙心优选并没有对搜索后的所有产品进行分类，因此如果不能精确搜索，其最终找到商品的成本还是较高的。从首页的商品分类上来看，点击商品分类会定向到第二个页面上而非首页，用户体验相对不是那么友好。同时由于导航这样设计的逻辑，导致无法对特价商品进行分类。

2.总结

搜索功能在搜索前和搜索后要由足够的辅助提示，满足用户模糊搜索和无明确目的搜索的需求。同时对于搜索结果也应进行分类。

由于社区团购主打的就是高额的优惠力度，因此对于首页的特价区应进行分类，让用户能在首页上就了解不同类商品的优惠力度，而无需导航到另一个页面，这从沉浸式体验感来说更好。

从ui设计上来看，橙心优选的最顶部的搜索框做的太小，不够明显，点击也不够友好。顶部排版采用的是3：6：3的布局单很明显搜索框没把“6”的部分占满，因此从用户体验上来说，搜索框应适当加长变宽。

|  |  |
| --- | --- |
| 优势(值得借鉴) | 劣势(需要改进) |
| 1. 搜索功能在搜索前和搜索中有充足的辅助提示 | 1. 限时秒杀和特价区的布局不够合理。尽量让用户在一个页面上就能看到足够多的商品 2. 搜索框做的太小了，对于老年用户来说不容易点到 |

1. **多多买菜**

1.使用体验(由于拼多多的多多买菜功能较为少，因此体验的较为全面):

多多买菜仅包含两个模块，一个是商品一个是订单。搜索功能相当简单，只有搜索框，没有默认搜索内容的推荐，也没有热门搜索商品推荐。因此对于目的模糊或者无目的搜索来说相对不友好。此外，限时秒杀专区需要进入二级界面才能见到所有的商品。相对于能一直左右滑浏览来说，沉浸感不够。订单管理功能中做的较好的是由“今日特价”商品推荐，从用户使用角度来思考，订单界面是相对来说用户停留时间较长的页面，在该界面设计商品推荐能起到很好的引导消费作用。

2.总结

限时秒杀以及特价区要注重用户的沉浸式体验，因为这一块是团购用户最关注的点。因此类似抖音视频的上下滑动，或者左右滑动是很好的沉浸式体验。同时，订单界面可以适当的放一些商品推荐。

|  |  |
| --- | --- |
| 优势(值得借鉴) | 劣势(需要改进) |
| 1.订单界面可以适当放一些商品推荐 | 1.限时秒杀以及特价区需注重用户的沉浸式体验 |

**三、美团优选**

1.使用体验

美团的搜索模块和首页推荐是做的比较好的地方，因此本次体验着重放在单个商品的信息布局上。美团优选讲商品信息分为四屏，包含基本信息，相关商品推荐，详细信息展示，更多商品推荐。从用户信息获取的角度上来看，用户获取商品自身的信息应位基础性需求，但是美团在基本信息和详细信息之间插入了相关商品推荐，这相当于用户获取商品全部信息需要跨一个屏，影响用户体验。相关推荐上采用“邻居都爱买”作为标题，拉近与消费者距离，增加消费可能。此外在第二屏中包含“推荐菜谱”，这就给了消费者购买该商品一个充足的理由，也同时能很好的为其他商品做引流

2.结论

商品详情页面用户的基础型需求包括：获取价格信息：购买价格/优惠力度/优惠时间段；获取规格信息：重量/产地获取订单信息：提货时间/提货地址获取详情信息：商品介绍获取反馈信息：购买评价；

期望型需求包括：品质保障、相关商品推荐；

兴奋性的需求包括同类商品比价、菜谱等

因此在设计商品页的信息机构上，商品的基本信息和详细信息尽量放在相邻的两个屏或者说就尽量放在一个屏，让用户无需下滑就能获得信息。此外，相关商品推荐建议做成横向左右滑的模式，有助于提高沉浸感。

|  |  |
| --- | --- |
| 优势(值得借鉴) | 劣势(需要改进) |
| 1. 搜索模块的搜索提示和搜索的反馈都很好，首页推荐给与用户足够的沉浸式体验(可以一直下滑) 2. 商品信息页较为布局合理 | 1.信息布局仍有可以改进的地方。商品的图片信息和详细信息应放在一起或者尽量放在一个屏上，用户就无需下滑来了解一个商品 |

**四、兴盛优选**

1.使用体验

兴盛优选的一大特色是结合了短视频的功能，拍摄内容多为菜谱，这既给了用户购物的一个导向，又增加了用户使用本app的时间，提高了用户的粘性。但是从播放体验上来看，视频不能全屏播放，且无法拖动进度条，从使用角度上较为麻烦。

2.总结

使用短视频记录菜谱或者推荐商品是一种十分有效的引流方式，比起静态的图片，更生动的视频往往更能引导用户去购买。需要注意的是要管理好视频的拍摄质量，低质视频有害平台以及商品的品牌形象。

|  |  |
| --- | --- |
| 优势(值得借鉴) | 劣势(需要改进) |
| 1.使用短视频的方式进行商品的宣传和引流。同时类似抖音的下滑刷新视频的方式，让用户能一直希望获取新的信息，增加了用户粘性 | 1.视频无法全屏播放，也无法拖动进度条，从使用角度上来说比较麻烦。 |