



字數計費 安心授權 支持創作



《 要訪談幾個人, 才夠做 Persona 》



父母輩作法 → 喝茶聊天

有錢一點作法 → 打高爾夫球

專業一點作法 → 跑商場

潮一點作法 → 訪談

訪談 = 聊聊 = 收集情報



訪談萬事通！？

訪談工具怎麼用？用在那裡效益最大？

先界定範圍

開發市場相關？還是產品經驗相關？

【 User Testing 抓漏 】

1.UIUX 既有經驗

2.GA / hotjar / 偵測工具

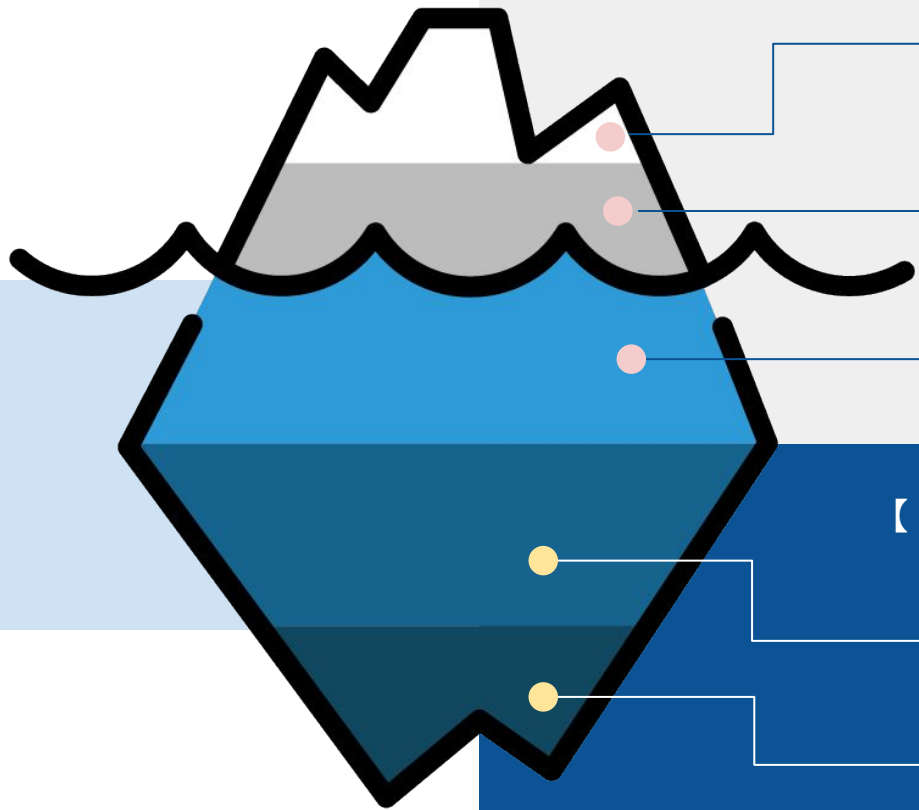
3.面對面訪談 User Testing

【 訪談適用區 】

【 User Research 找方向 】

4.訪談價值、需求

5.時間 / 信用 / 市場轉變

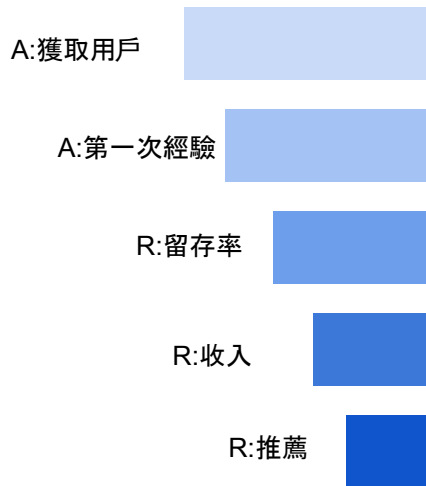


問題範例

公司開發 5 年的 A 軟體服務, 註冊用戶成長趨緩,
是要做訪談呢? 還是 User testing ?

拆解問題

公司開發 5 年的 A 軟體服務，註冊用戶成長趨緩，
是要做訪談呢？還是 User testing ？



1. 市場有新變化：TA 習慣變動、競爭者出現、新技術出現、市場飽和
2. 原本宣傳管道失效 訪談 User Research
3. 第一次經驗不足以產生「哇！」動力 訪談 User testing
4. 產品是不是有洞 GA / hotjar / 面對面 User testing
5. 舊客戶的滿意度，推薦度 淨推薦分數 / 問卷

收集情報

問題範例

開發 1 年的 Tofutype , 訂單量不足 , 是要做 User testing ?
還是訪談 ?

拆解問題

開發 1 年的 Tofutype，沒有人購買，是要做 User testing？還是訪談？

A:獲取用戶



A:第一次經驗

R:留存率

R:收入

R:推薦

1. 市場未開發、沒找到匹配的市場 問卷 / 廣告測試 / 訪談 User Research
2. 未找到 TA 出沒的管道 訪談 User Research
3. 第一次經驗不足以產生「哇！」動力 人工補足產品經驗
4. 產品是不是有洞 自己試用 / GA / hotjar / 面對面 User testing
5. 舊客戶的滿意度，推薦度 淨推薦分數 / 問卷



用在市場，訪談效益最大

探索市場

市場發生變化

開發新國家

《 要訪談幾個人, 才夠做 Persona 》

- ✓ 1 位？
- ✓ 10 位？
- ✓ 50 位？

策略性訪談

一個人的能耐有限，茫茫人海，濾出相關的人

濾出 TA

方法一：

1. 從網路上撈一遍名單
2. 粗略分類
3. 寄信約訪, 說明來意, 帶著企劃書和目的
4. 記下收集到的情報

方法二：

1. 建立 Landing page
2. 廣告洗下去
3. 收信約訪

策略性訪談

一個人的能耐有限，記下重複訊號

用戶輪廓

1. 訊息管道, 怎麼知道? 是不是有隱藏擴散節點 , 管道?
2. 開發頻率, 造字的速度
3. 售價的策略, 觀察計費方式
4. 匹配程度, 對豆腐模式有多買單, 豆腐現狀可以提供服務嗎?
5. 在意的點, 比如說: IG 特別在意掉粉, 或是自己的字被拿去出周邊

好用！訪談價值就在這裡！

行銷規劃：廣告怎麼打，透過哪些廣告打，要打什麼在意的點

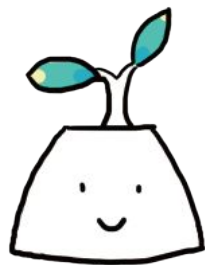
策略資源：資源不夠，那些人要先開發？不開發的人，要等到什麼時機來開發？

功能開發：決定好要先開發的這些人，是不是可以有對應新功能滿足。

秘招！訪談一個人也可以

- 1.使用時機：開發已存在市場 ex 國外市場
- 2.找到『村長』，是指長期待在市場的人、情報站、做過類似題目的人
- 3.村長的特徵：
 - a.市場存在那些角色（ persona ）
 - b.和角色相處的要點，需要注意規則 & 人
 - c.擴散的管道，角色吸收資訊的方式
 - d.提出接觸企劃，請村長過目

完成 60% 情報收集，40%踏入市場驗證，和村民交談，感受氛圍



加入試用, 一起茁壯

<http://bit.ly/F2Emarch>

<https://medium.com/@tofutype>

<https://www.facebook.com/tofutype/>