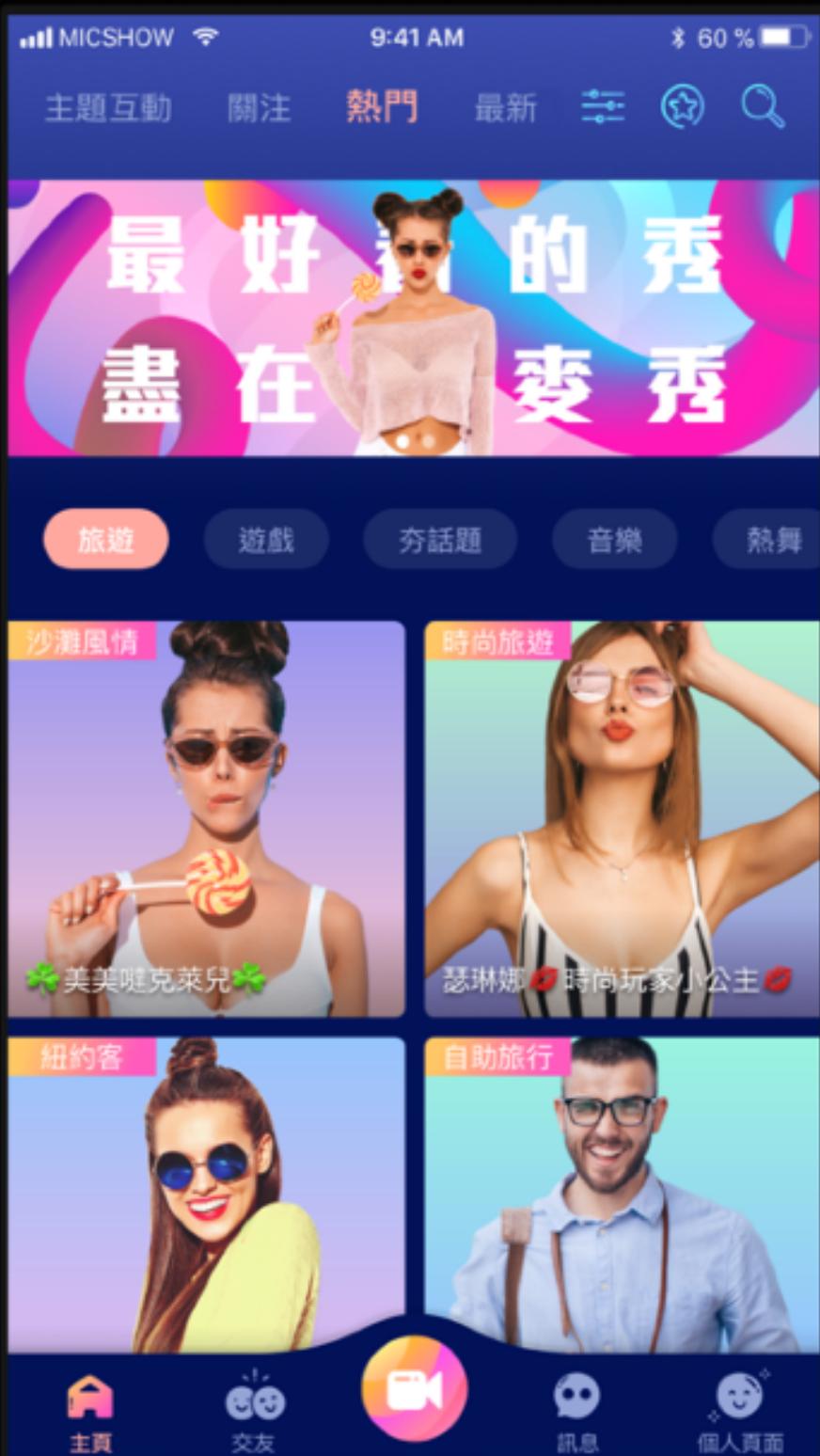




除了標明各交友主題式 →
互動的特色外

也顯示配對成功數，以 →
吸引使用者參加互動



MICSHOW

9:41 AM

60 %

主題互動

共同興趣

關注

粉絲

附



聊誼交友

連麥交友

遊戲團戰派對

線上配對

當愛情來敲門 ❤️



房主

美美噠克萊兒



568



兩組配對成功

諮詢配對

《愛解》愛情診斷室

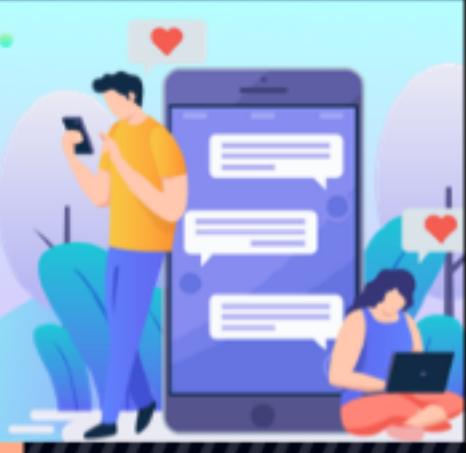


房主

小王子 🎉傑米斯



321



五組配對成功

告白配對

愛情大聲公 ❤️



主頁



主題式互動



交友



個人頁面

利用社群性創造差異化

打造市場區隔對吸引使用者和增加黏著性有一定的重要性，而因互動性是黏著度的關鍵，所以我們從社交歸屬感作為切入點，以直播和交友相輔相成為目標，創建以交友為主的主題式互動（例如：聯誼交友、遊戲團戰交友...等），利用人與人的牽絆建立社群性，打造出市場區隔並提升使用者的黏著度。

新時代
新視界
新未來

主題互動

共同興趣

關注

粉絲

附近



聯誼交友

連繫交友

遊戲圍戰派對



除了交友的主題式互動
外，也可以用興趣篩選
交友類的主題式互動



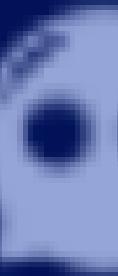
主頁



好友



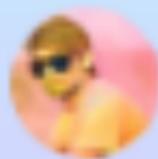
訊息



個人頁面

諮詢配對

《愛解》愛情診斷室



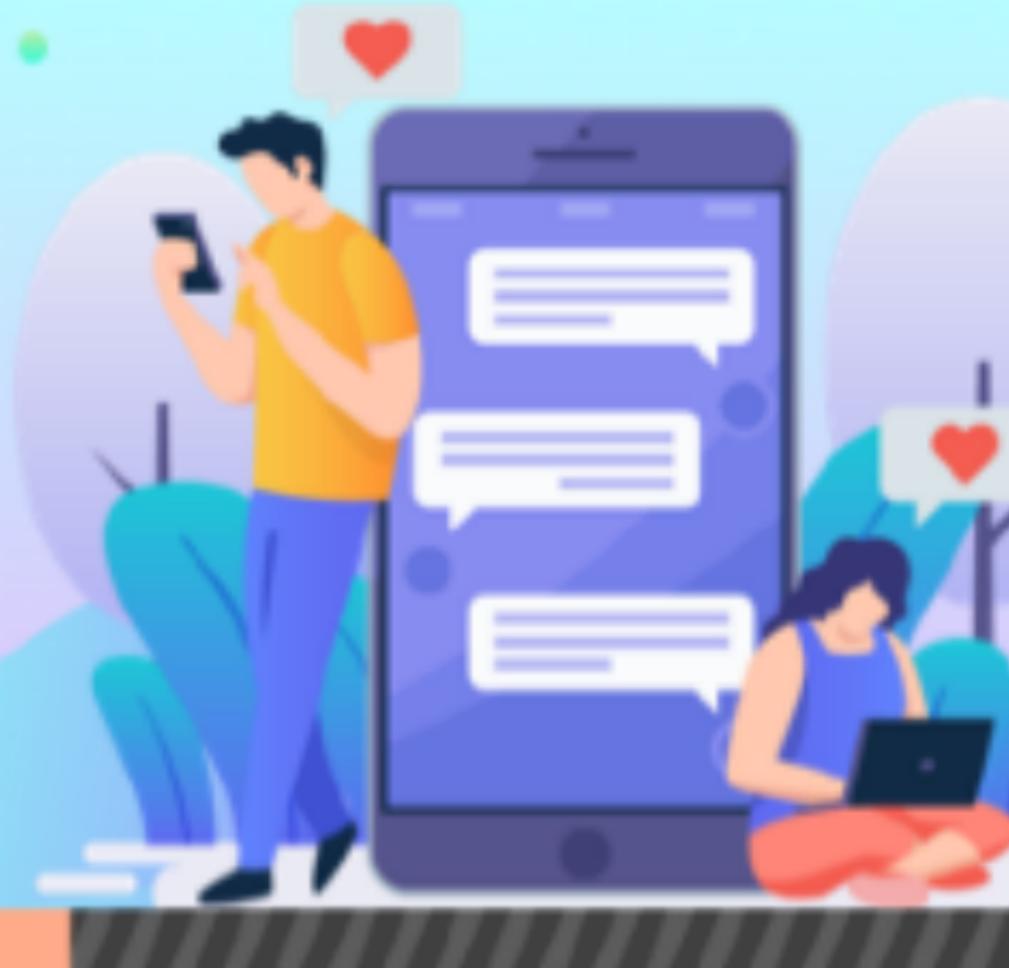
房主

小王子 🔥傑米斯



321

五組配對成功



背景及問題

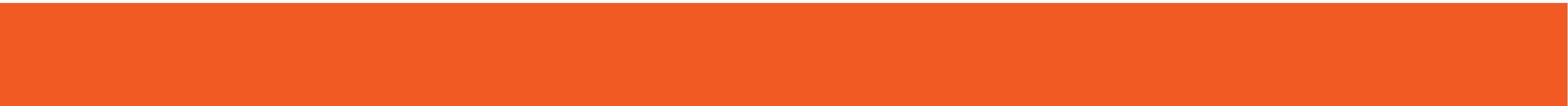
關聯性

挑戰

解決方案

研究

設計目標與解決方案



成效

優化與迭代

當愛情來敲門 ❤️

568 +

兩對配對

房主 美美噠克萊兒 *

1263 +

1 嘻哈小... 2 愛美的... 3 許威... 4 碧翠絲...

5 卡蜜拉 6 愛狗... 7 太妃 8 等待加入

上外第一課 🌟 天九一其的灯月座

要狗🐶班尼 哈囉👋👋~@太妃

NEW 太妃 嘿愛狗🐶班尼~你很幽默

愛美的+心琳 花我也遇過同樣的事情

艾曼達 😂😂~我也遇過，真的很害羞

我要發言

聊 邮件 分享 回复

禮物

當愛情來敲門 ❤

568



四對
配對



房主

美美噠克萊兒

1263



1 嘻哈小...



2 愛美的...



3 🌟許威...



4 碧翠絲...



5 卡蜜拉



6 愛狗 🐶 ...



7 太妃



8 等待加入

6號配對成功，恭喜🎉



甜姐兒 💋米兒提 耶～6號是人氣王 ❤



小可愛 ❤漢娜 4號和6號真的超配的 🤝



碧翠絲 🌸 謝謝大家～害羞 😅 😍 ❤



愛狗 🐶班尼 @碧翠絲 🌸 啟咪 😊 ~

我要發言



配對結果

共兩組配對成功



love



love



心儀對象選擇



請參加的八位嘉賓贈送禮物給心儀的TA，相互選擇的嘉賓除了可以獲得對方的聯絡資訊，也可獲得咪幣50元喔～趕快把TA帶走吧～

也請觀眾輸入您最喜愛的嘉賓號碼，最多人喜愛的嘉賓，可獲得咪幣100元喔～趕快幫心愛的TA贏得咪幣吧～

當愛情來敲門 ❤

568



兩對
配對



房主

美美噠克萊兒

1263



1 嘻哈小...



2 愛美的...



3 許威...



4 碧翠絲...



5 卡蜜拉



6 愛狗 🐶...



7 太妃



8 等待加入



已評論 0 評 分數 0 天天~真的好有趣



愛狗 🐶 班尼 哈囉 🎉 🎉 ~@太妃



NEW 太妃 晃愛狗 🐶 班尼~你很幽默



愛美的 ✨ 心琳 🌸 我也遇過同樣的事情



艾曼達 😅 😅 ~我也遇過，真的很害羞



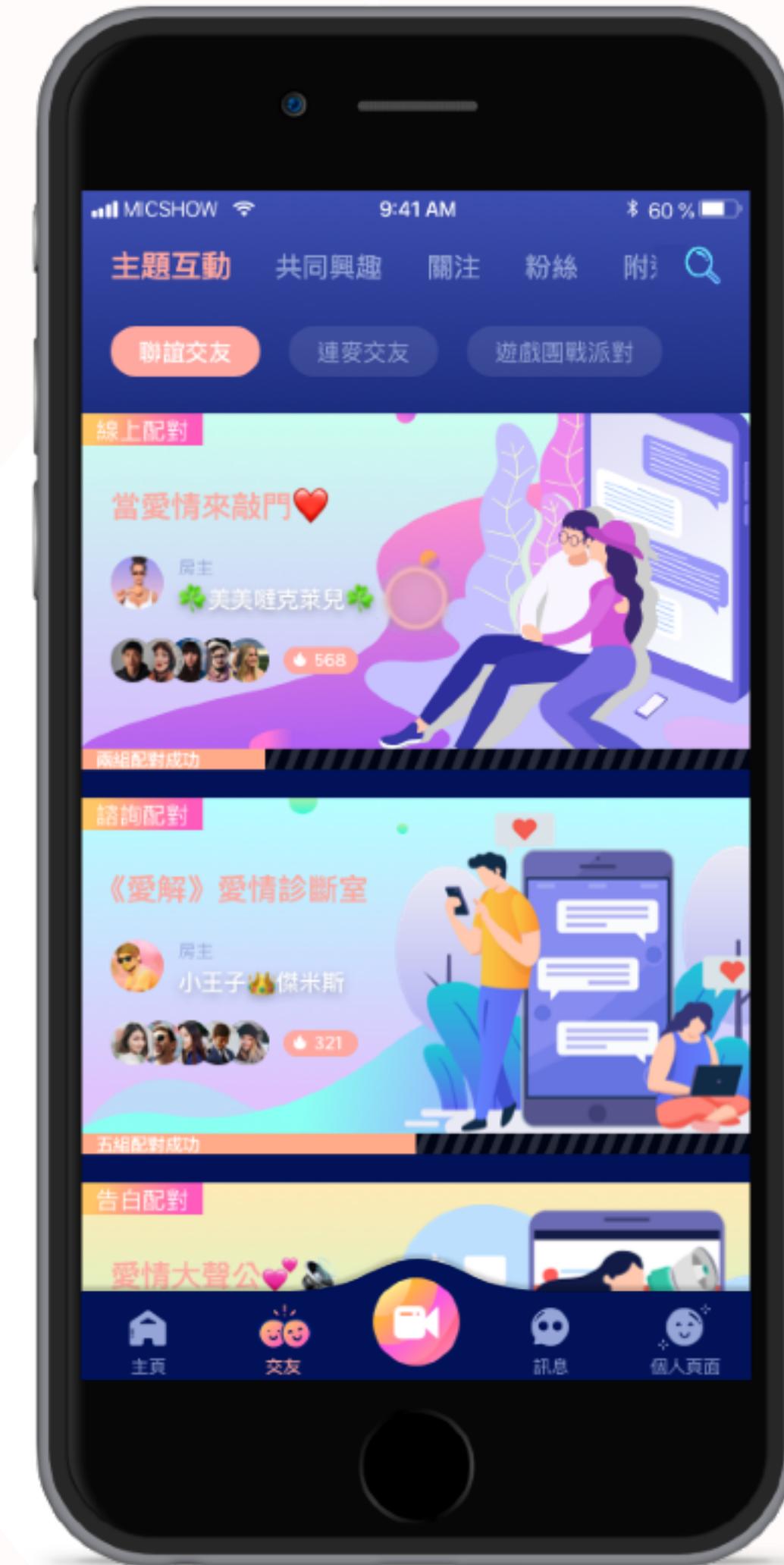
我要發言



設計解決方案

利用社群性創造差異化

打造市場區隔對吸引使用者和增加黏著性有一定的重要性，而因互動性是黏著度的關鍵，所以我們從社交歸屬感作為切入點，以直播和交友相輔相成為目標，創建以交友為主的主題式互動（例如：聯誼交友、遊戲團戰交友...等），利用人與人的牽絆建立社群性，打造出市場區隔並提升使用者的黏著度。



成效

進行完產品優化，上架到 iOS 和 Android 應用程式商店的三個月後，展現了以下顯著的成效

**付費轉換率為
其他直播平台兩倍**

用戶在麥秀應用程式中付費購買（例如：禮物、點單...等）的轉換率為 5.3% ，約為其他直播平台的兩倍，且產品修正後付費轉換率提升 20%

**30 日留存率為
其他應用程式一倍**

30 天內留存並仍持續使用麥秀的用戶為 10.8% ，依據 facebook 所提供的參考標準來看，麥秀應用程式 30 日留存率約為其他應用程式的一倍

**開啟次數和
使用時間增加**

麥秀應用程式修正後，每日開啟次數增加 52% 、平均使用時間增加 36% ，用戶每日平均使用時間約為 90 分鐘

解決方案

因應問題和挑戰所執行的解決方案



為幫助產品找出特色及定位，需進行**競品分析**，以瞭解直播相關平台的特點及缺點



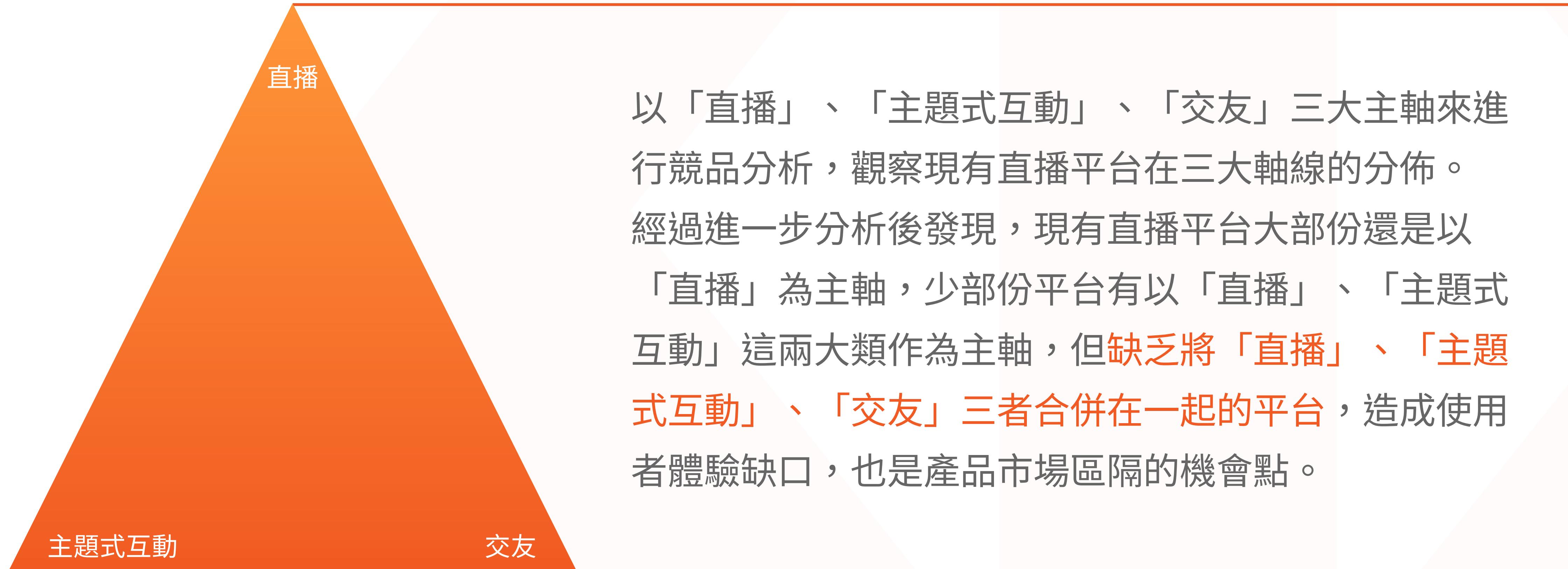
需瞭解使用者收看直播的行為及互動體驗，以提升黏著性，創建深入參與的直播應用程式，因而進行**問卷調查及使用者訪談**



為了讓客戶和專案團隊的所有成員，對目標族群的定位一致，並瞭解潛在使用者的特質，因而創建**人物誌**

競品分析

瞭解使用者目前的體驗缺口，及既有產品的特色及優點，以打造市場區隔



設計目標總覽

將洞察和痛點轉化為設計點，並對應產品功能



關聯性



在專案進行的過程中，客戶端的投資人及重要幹部換了一批人，客戶端對產品定位、產品策略及目標族群的定位與之前的意見不一致



發現

在啟動最小可行產品的幾個月後，有以下三項重要發現

**70% 的用戶
點擊交友功能**

超過 70% 的用戶點擊交友功能，且執行交友功能的用戶中有 64% 平均停留麥秀的時間為一個小時以上，這項結果代表直播交友功能是一項頻繁被使用，且可以提升使用者黏著性的功能

**36% 的用戶
點擊主題互動功能**

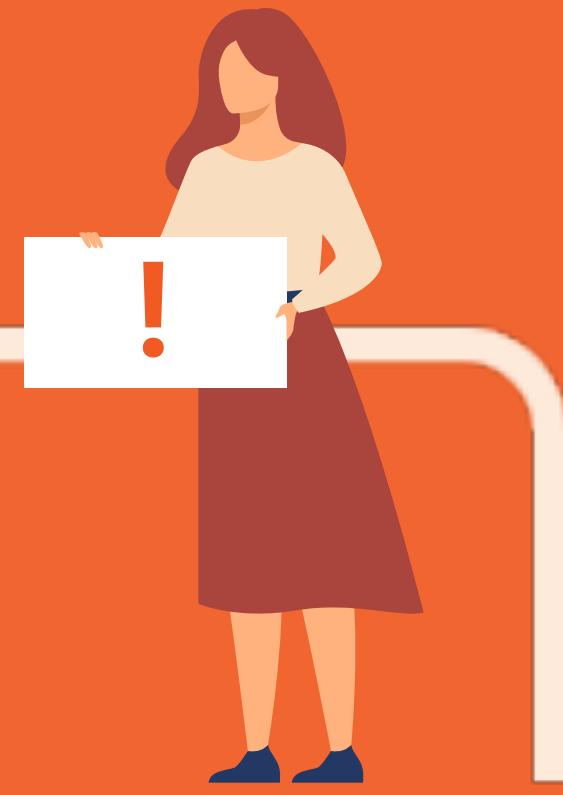
只有 36% 的用戶點擊主題互動功能，但在進行主題互動的用戶中有 73% 平均停留麥秀的時間為一個小時以上，這項結果顯示主題互動的確是可以提升使用者的黏著性，點擊率偏低，可能是與主題互動沒有獨立為一個大分類，導致用戶不易發覺

**1.4 次/天
開啟麥秀直播 APP**

用戶平均每天開啟麥秀直播應用程式 1.4 次，其中超過 57% 的用戶平均停留時間大於一個小時，這項結果顯示我們需要找尋新的方法來增加用戶開啟麥秀應用程式的次數

挑戰

在專案進行的過程中，客戶端的投資人及重要幹部換了一批人，客戶端對產品定位、產品策略及目標族群的定位與之前的意見不一致





25

專案背景及問題

現今直播平台蓬勃發展，新的直播平台如雨後春筍冒出，但大部份直播平台

同質性高

大部份平台上的直播內容多為素人直播，缺乏特色及深度，無市場區隔及差異化

如何增加黏著性

多數使用者在觀看直播時是多工的狀態，並非完全專注，因此，如何增加使用者的黏著性是一大挑戰

主題互動

共同興趣

關注

粉絲

附近



聯誼交友

連麥交友

遊戲團戰派對

諮詢配對

《愛解》愛情診斷室



房主

小王子 傑米斯



321

五組配對成功

