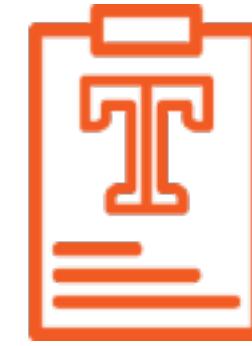






主題式互動需單獨為一大分類

受測者表示主題式互動是麥秀直播應用程式的特色功能之一，**應醒目讓使用者好找尋**，但現階段主題式互動包含在主頁和交友功能下，讓使用者不易發現及找尋，容易忽略掉此功能



直播畫面的按鈕需有說明文字

受測者表示麥秀應用程式觀看直播的畫面只呈現重要資訊，簡潔不繁雜，增加觀看的意願，但畫面上的部份 icon 會讓人不明瞭或誤會其意思，建議加上文字說明會更佳

- 1 參加愛情大聲公的聯誼交友主題活動，並關注此活動，且私訊一位感興趣的觀眾並追蹤
- 2 參加歌喉對戰的主題活動，並送禮物給主播，且用點單功能向主播點一首歌
- 3 使用篩選功能找出旅遊類型的直播，並觀看時尚旅遊的直播，且用麥克風與主播對話
- 4 尋找與您有相同興趣的朋友，並觀看他的個人資料及貼文
- 5 尋找在您附近的朋友，並觀看他歷史直播紀錄，且分享直播給朋友

邀請 4 位 18 - 55 歲，沒有使用過麥秀直播應用程式，但曾經收看過直播的 iOS 和 Android 用戶進行測試

易用性測試





多樣化的主題互動

受測者表示麥秀主題互動類型多樣化，讓使用者可以參與許多自己感興趣的互動，且在互動過程中與主播和觀眾也**比單純看主播表演和閒談有更深入的交流**，增加想停留在平台上的意願



融合直播與交友

受測者表示麥秀有多樣的主題式直播交友，讓他們可以在觀看喜愛的直播時，也能認識朋友，整合直播與交友功能，不僅讓他們省去下載交友應用程式的麻煩，也大大提升他們使用的意願



明確的主題分類

麥秀直播應用程式對直播內容和主播特色有進行明確的分類，並有將其明顯的標示出來，在應用程式中能很快速的找到自己感興趣的直播，不僅節省時間且一目瞭然，增加使用的意願

元氣满满的你

並瞭解使用者的期望和需求，設計出符合使用者的使用歷程。







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

易用性測試

觀察受測者的使用歷程，發掘設計是否符合使用者的期望，並瞭解需要改善的地方

受測對象

任務

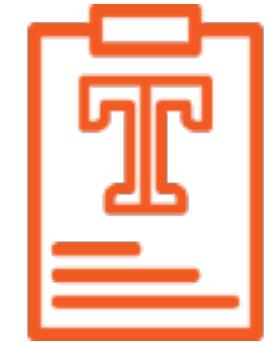
優點

缺點



主題式互動需單獨為一大分類

受測者表示主題式互動是麥秀直播應用程式
的特色功能之一，**應醒目讓使用者好找尋**，
但現階段主題式互動包含在主頁和交友功能
下，讓使用者不易發現及找尋，容易忽略掉
此功能



直播畫面的按鈕需有說明文字

受測者表示麥秀應用程式觀看直播的畫面只
呈現重要資訊，簡潔不繁雜，增加觀看的意
願，但畫面上的部份 icon 會讓人不明瞭或
誤會其意思，建議加上文字說明會更佳

關聯性

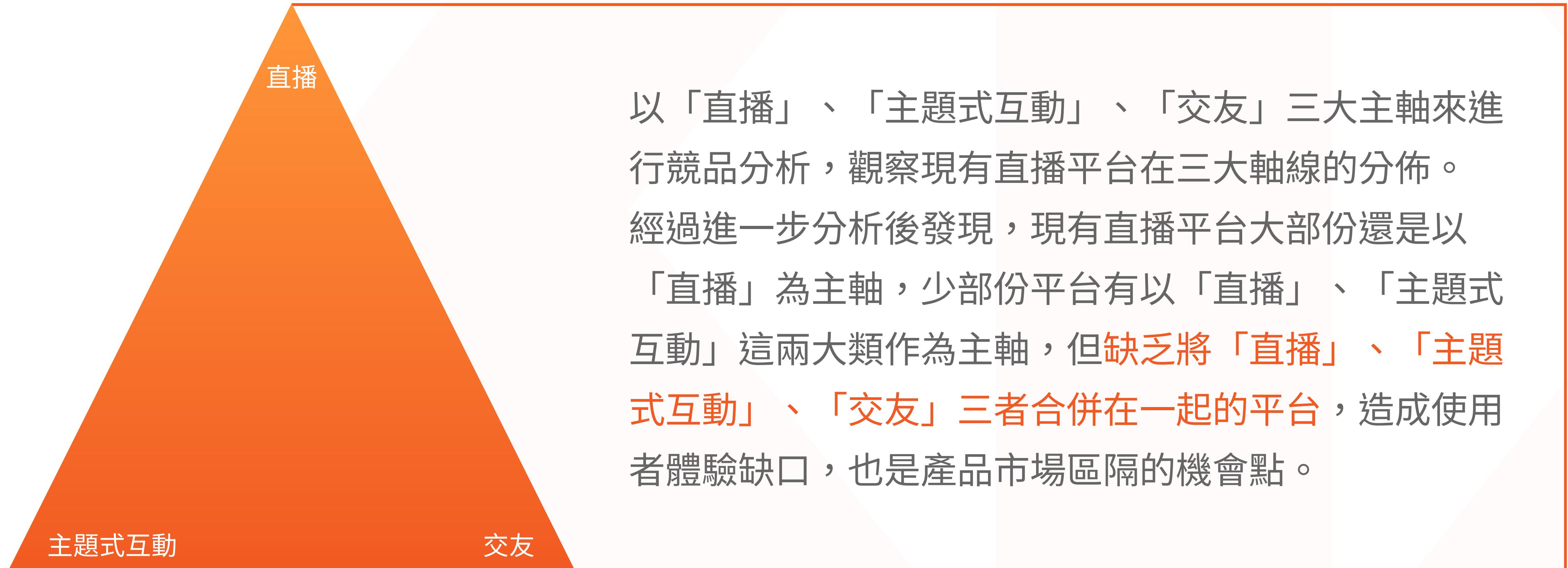


在專案進行的過程中，客戶端的投資人及重要幹部換了一批人，客戶端對產品定位、產品策略及目標族群的定位與之前的意見不一致



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





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

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



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

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



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

解決方案

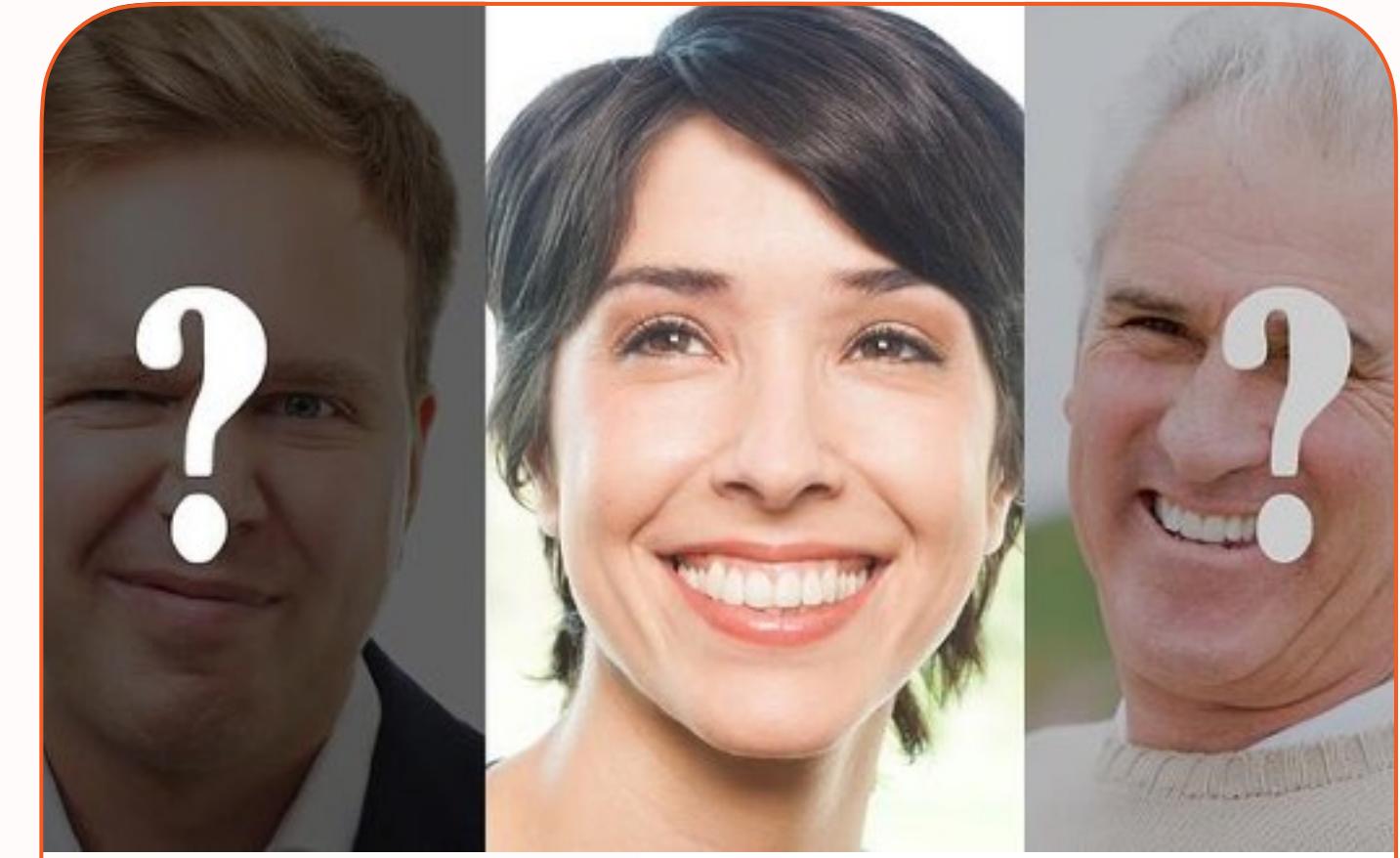
因應問題和挑戰所執行的解決方案



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**

下一版本設計 - 1

把主題式互動功能獨立為一個大分類

現階段主題式互動包含在主頁和交友功能下，讓使用者不易發現及找尋，導致點擊率偏低，且主題式互動和直播、交友功能皆為麥秀的特色功能，應都要單獨為一大分類。

因此，下一版本把主題式互動功能獨立為一個大分類，並與其他重要功能一樣放置於 Tab Bar，且因評估訊息功能較為次要功能，屬於功能按鈕，因此，把原先位於 Tab Bar 的訊息功能移至 Navigation Bar，希望藉此能提升主題式互動功能的點擊率。

