

Question

1.比如faceu内现在美型模块上线了五官微整功能，从哪些维度分析这个功能是否满足了用户需求？怎么得到功能的后续优化方向？

五官微整功能像是自动美颜的一个进阶功能，用户能够根据自己的特点喜好来进行五官微调，更灵活有针对性，美颜结果也会更加符合用户心理预期。

我认为可以通过以下几个大维度来分析这个功能是否满足用户需求：

- **业务维度**

描述具体这个功能用户的使用情况。

比如分析使用五官微整功能的用户量，判断该功能是否被用户认可。

- **用户属性维度**

重点分析对微整功能感兴趣的用户群，验证该功能是否对产品核心用户有价值，或者达到开拓用户的目的。

比如从性别、年龄、地域等用户属性看使用五官微整功能的用户量，评估各细分类型用户使用是否有差异，判断产品是否需要有针对性的优化；

比如从新用户和老用户使用五官微整的用户量，评估该功能在不同阶段用户中是否有差异。若老用户使用率与新用户使用率基本持平，表示该功能有保留价值；若老用户使用率明显大于或小于新用户使用率，可能就需要再观察一段时间再确定优化方向。

- **用户行为维度**

从用户操作这个功能的行为角度收集数据，验证功能是否设计合理。

比如使用功能的频率如何，判断微整是否有使用价值；

比如用户在该功能上停留时间多少，判断用户对该功能的使用依赖有多强；

比如使用哪种微整（瘦脸，修脸，大眼等）效果最多，判断对用户最有用的效果是哪些，后期可能对功能进行增减。

以上几个维度的分析，可以与产品相似基础功能的相关数据和以往美型功能的相关数据进行比较，以评估新功能是否对原有功能起积极作用，新功能的优势或劣势又在何处。

然后根据以上数据的结果，结合市场同类产品的功能发展方向，判断功能的后续优化方向。

2.你觉着faceu目前这些功能模块，如果要出一个产品方向的数据周报，应该设计哪些指标，分别代表了什么业务含义？

从以下几个方面进行分析：

- **用户获取**

指标：广告曝光量、下载量、注册量、注册转化率。反应新用户的获取和转化情况，计算

各环节转化率和总体转化率；通过对各用户渠道进行区分，了解各渠道用户情况，以此为依据来进行调整优化。

- **功能使用情况**

指标：日/周人均打开次数、日/周活用户数。反应APP总体使用情况。

指标：日/周人均生成自拍数、日/周各贴纸使用频率、日/周人均分享内容数、日/周分享内容总数。反应自拍功能使用情况。

指标：日/周人均消息量、日/周人均视频聊天次数及时长、日/周人均短视频观看次数和时长、日/周人均直播观看次数和时长。反应社交功能使用情况。

分析各功能的使用数据，对功能效果进行评估。通过用户创造内容的数量与频率、视频社交功能的使用频率，结合活动、日期、时段等因素分析用户的功能接受程度、使用习惯，给功能设计和修改提供数据依据。

- **用户留存情况**

指标：用户流失率、新注册用户流失率（注册后30天登陆情况）、用户回访频率（用户平均多少天登陆一次）。关注用户流失情况，回访频率，结合功能上线、活动、日期等原因进行分析，摸清影响用户流失的原因，针对性制定解决措施。

- **用户付费情况**

指标：活跃用户“萌豆”充值率、周人均“萌豆”消费数。反应用户付费情况，了解用户付费意愿、接受程度。

- **用户再传播情况**

指标：日/周各渠道分享内容总数、日/周人均分享内容数。反应用户传播内容的情况，统计分析用户分享内容数、渠道选择情况。