**某某产品用户访谈纲要**

1. **目的与意义**

2008年10月份我们通过数据分析发现，来访量是KPI活跃率最关键的一个因素，但超过一半（56%）的现有用户网站流量很低（日均来访量<=5），并且这部分的比例越来越高。

虽然产品原先的目标用户是“有网站，做过推广”的用户，但事实标明低流量的用户数已成重头，这也许是一个新的市场机会。在“不抛弃，不放弃”的指导原则下，要提高的活跃度，要保证续签率，发现新的增长点，有必要先研究一下这批用户。

有关调研，更重的目的是保证续签率的，对提高今年底之前的活跃度没有立竿见影的效果。

1. **方法**

研究对象：“低流量用户”（日均来访量<=5）。

* 任务１：调研活跃用户。
  + - * 样本数：随机10例，保证有效样本5例，有效果再追加。
      * 形式：电话访谈。
      * 目的概述：为什么活跃？帮助我们找到“可能存在”的突破点。
* 任务２：调研不活跃用户
  + - * 样本数：选定3个城市，各随机抽10例，，每个城市保证3例。
      * 形式：电话+拜访。
      * 目的概述：为什么不活跃？完全被忽悠的比例？可能转化的比例？
* 任务3：激活“低流量用户”的方案。
  + - * 通过调研结果选择策略，两种处理方式：
        + 帮他们做功能：主攻A？B？
        + 帮他变成高流量用户：往前端的推广走。

1. **执行方案**

* 资源准备：
  + - * 名单挑选，联系方法获取，7号下班前完成。
      * 礼品：耳机30元\*10，名片夹10元\*10，活页笔记本10元\*10。
      * 2人\*5天（11月7~13日之间五工作日，任务1一天，任务2三天，总结与后续草案一天）。
* 任务设计：
  + - * 本次样本少，易定性而不是定量，所以主要是开放式交流。
* 时间安排
  + - * 7号杭州：上午电话访谈活跃用户，小结；下午电话预约10~12日的客户，简单聊聊，尽量要到手机和详细地址。
      * 10号杭州：电话确认，登门。
      * 11、12日2天常熟。
        + 11号：上午汽车过去，东南开发区，电话确认，下午登门，住常熟。
        + 12号：古里镇，梅里镇，电话确认，登门；傍晚返杭。
      * 13日杭州：结果整理 + 结论给出 + 团队讨论 + 后续草案……
  1. **任务1：活跃用户电话访谈**
* 样本集：10月14~21日低流量，10月21日活跃，域名已绑定，探头已部署，共378例，等间隔取10例。
* 电话打了n家，联系上n家，上门n家。未上门客户的情况概述。代表45%。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tips** | 先去网站逛一下，感谢，电话约5min | | |
| **客户名称** |  | | |
| **客户代表** |  | **职务** |  |
| **调研PD** |  | **时间** |  |
| **客户概况** | 近期业务情况（是否受经济环境影响？），有没有做推广 | | |
|  | | | |
| **产品使用概况** | 什么场合买的？（会议，登门）看重哪些功能？怎么被经销商打动的？现在公司里谁在用产品？ | | |
|  | | | |
| **为什么活跃** | 现在的活跃是偶然，还是真的在使用某些功能？ | | |
|  | | | |
| **对产品的建议** | 有无做推广的想法？网站流量少，是否认同用手机与网站访客聊天，通过短信、电话？希望产品有哪些功能？ | | |
|  | | | |
| **备注** | | | |
|  | | | |

* 阶段性记录：11月7日上午，共电话12家，聊上9家，总体情况如下。
  + - * 做不做推广各半（做4：不做5），不是关键因素，将来（做2：不做3）。
      * 多数是老板买了，交给员工用，员工不知道老板为何买，老板不知员工用的怎么样。
      * 活跃的特征是上班习惯性登录旺旺，产品内只用访客接待。
      * 问题：旺旺默认帐号类型“阿里巴巴中文站”，但用户知道的帐号是910……，所以登录不进去，如何引导？
  1. **任务2：不活跃用户登门拜访**
* 样本集：10月14~21日低流量，10月21日不活跃，域名已绑定，探头已部署，共1243例，选定城市杭州、常熟（按地区关键字随机：东南、古里）、（备选：上海按地区关键字随机：浦东、闵行）。
* 电话的感觉：
  + - * 常熟网路神这批：几乎所有旺旺都不在线，联系人大部分都没听说过产品，说没买或没在用。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tips** | 先去网站逛一下，尽量先见老板，再接触使用者，约30~45min | | |
| **客户名称** |  | | |
| **客户代表** |  | **职务** |  |
| **调研PD** |  | **时间** |  |
| **客户概况** |  | | |
| 行业，规模，员工数等，近期业务情况（是否受经济环境影响？）  有无办公电脑，公司网站情况（建站目的……），有没有做推广 | | | |
| **产品使用概况** |  | | |
| 是否知道自己买了产品？  什么场合买的？（会议/登门，怀疑会议忽悠进来的是大多数）  看重哪些功能？怎么被经销商打动的？  现在公司里有人在用产品么？谁在用？ | | | |
| **对产品的建议** |  | | |
| 有无做推广的想法？  网站流量少，是否认同用手机与网站访客聊天，通过短信、电话？  希望产品有哪些功能？ | | | |
| **备注** | | | |
|  | | | |