

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>

INTERACTIVE DESIGN

PLEASE ADD YOUR TITLE HERE

this is a sample text. insert your desired text here.

Again, this is a dummy text. enter your own text
here. this is a sample text.

张翔

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>

多种交互方案分析

PLEASE ADD YOUR TITLE HERE

this is a sample text. insert your desired text here.
Again, this is a dummy text. enter your own text
here, this is a sample text.

产品介绍

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



产品名称：阅酷

产品定位：最前沿、最资深的科技媒体、

核心模块：首页——文章
酷课——精品课

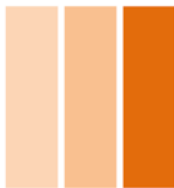


用户
目标

帮助用户想找到自己感兴趣的内容进行阅读

分析依据

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



转化力

- 头屏三要素
- 条目性感度
- 转化是否足够动力



系统活性

- 结构认知 | 状态认知
- 引发更多的链接
- 多次触发力



效率值

- 主任务效率 |
- 层级是否深 |
- 高频率操作是否具备效率 |
- 流畅度



防错

- 认知负荷如何
- 错误入口 | 干扰信息
- 错频入口



风险

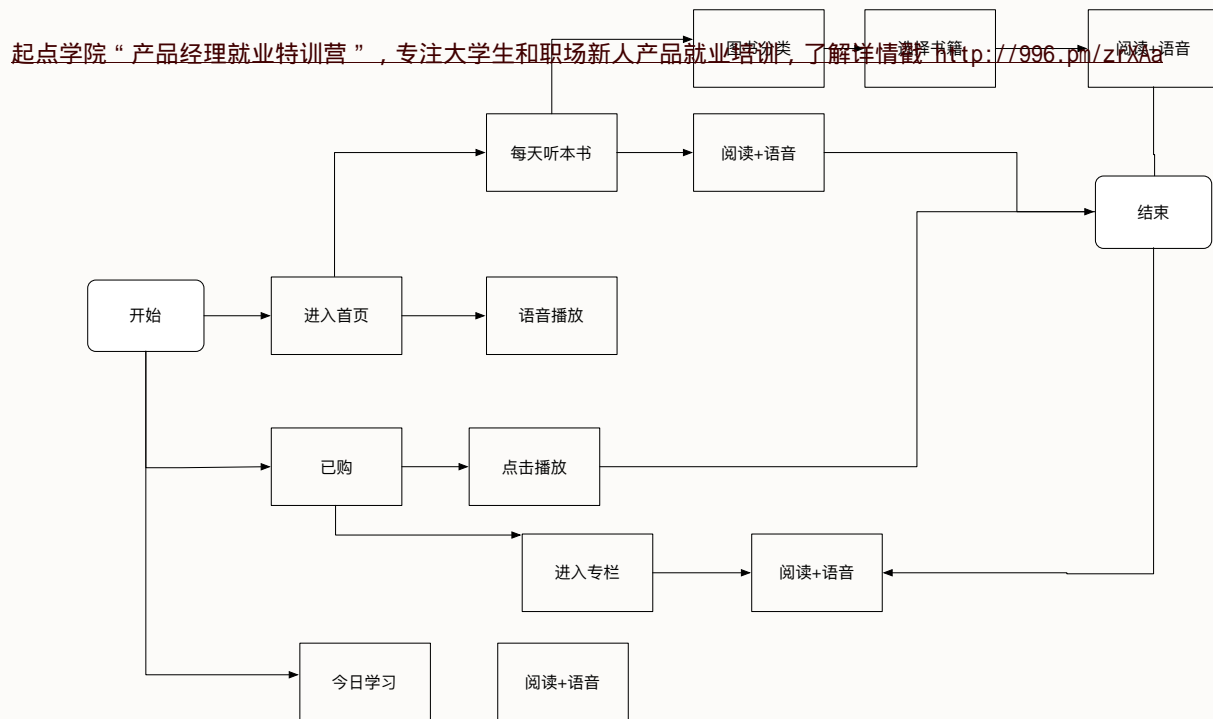
- 依赖第三方
- 政策
- 产品资源



需求满足度

- 界面是否满足主场景
- 界面是否覆盖常规 | VIP需求
- 界面是否满足商业

交互方案1

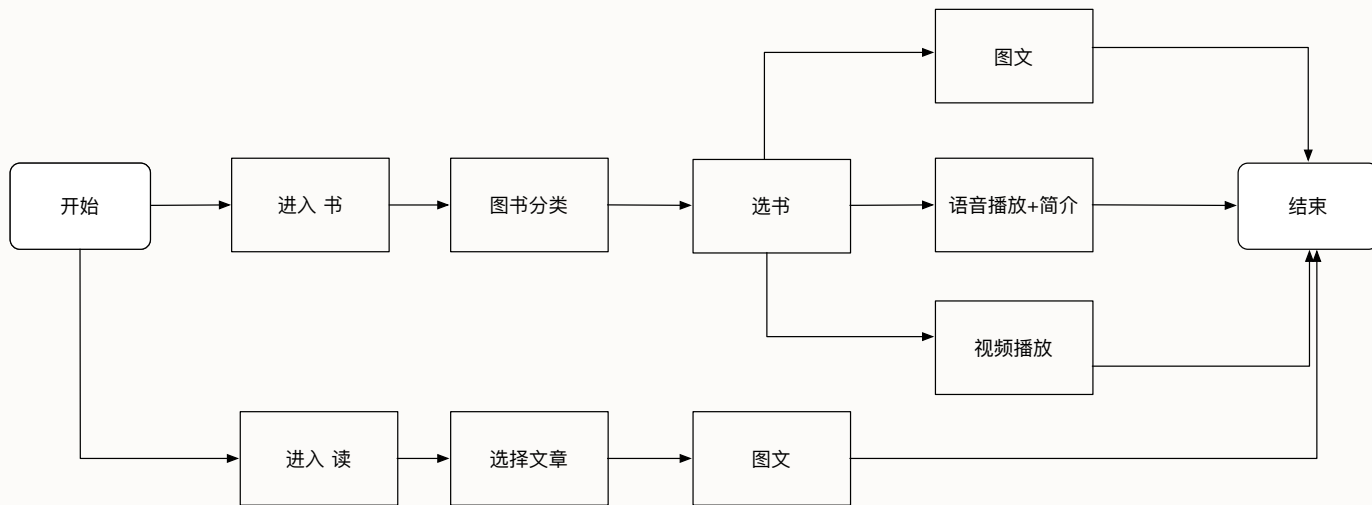


分析：在此交互流程中将语音作为产品内容的主要输出形式，在首页中也是突出语音播放的入口，其中整体流程在听书环节层级较深，其中将已购买和每日学习的内容放置第一层级加大了信息的传播入口 优点：内容形式丰富，可系统活性强、转化力强

缺点：部分重点内容层级隐藏较深用户使用效率偏低、且信息展示形式过多，容易造成用户对核心使用场景的认知混乱

交互方案2

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



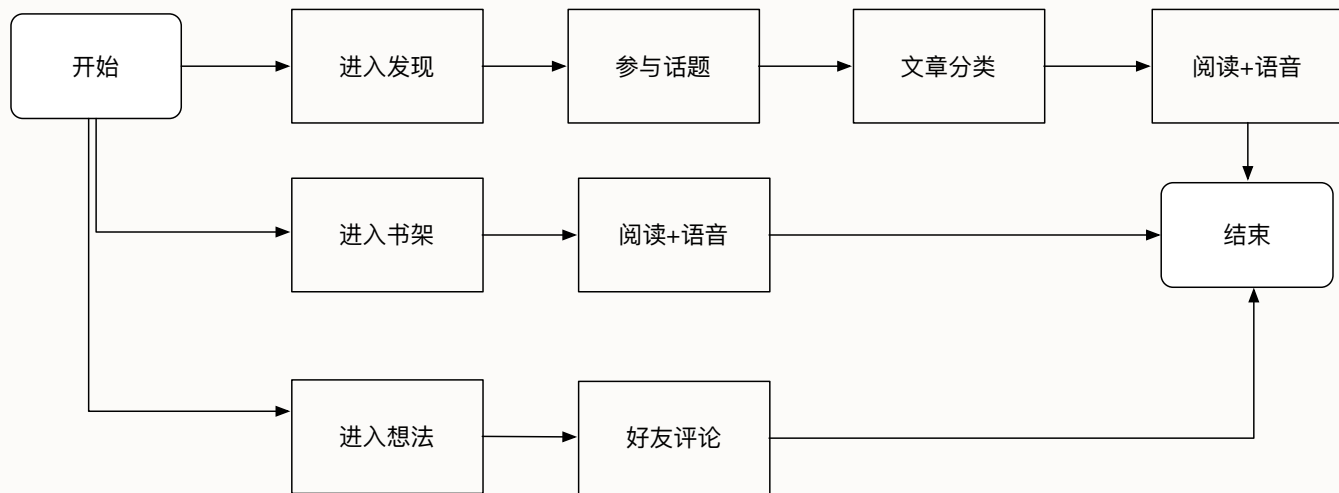
分析：在此交互流程中主要内容的入口放置在首页，将辅助内容也防止在第一层级，其中匪类后进行选书提高了用户的操作效率，同时每本书还有文字+语音+视频的形式，流程简洁

优点：分类可以让用户快速的找到自己感兴趣的内容，提高的使用效率,t同时使用层级不深有利于用户找到自己感兴趣的内容

缺点：但是将语音和图文分开的形式造成内容整合度不高，用户如过有并行操作需要来回切换

交互方案3

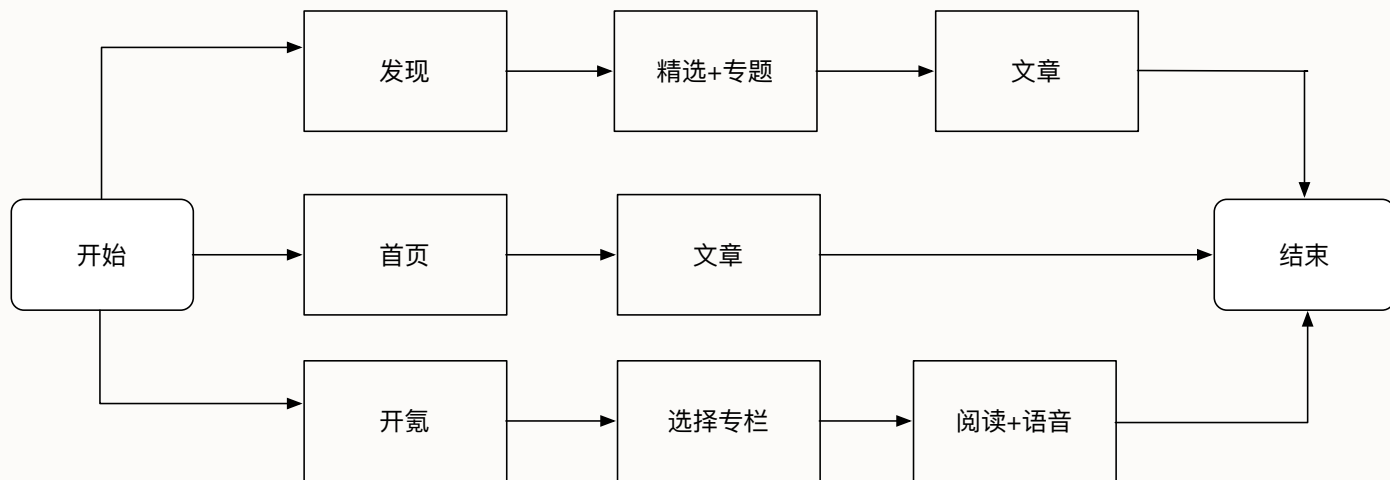
起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



分析：在此交互流程中将首页的展示形式为发现，需要进入话题，才能看到具体的内容，在不了解用户喜好的情况下直接将内容以话题的形式推给用户存在一定的风险，将书架作为第二tab导航，提高的用户查找和使用效率，同时第三tab作为评论加入的社交的元素能够提高产品的活跃度，但是需要用户的好友量及其输出内容做支撑。优点：评论的展示以一级页面展示提高的产品活跃度，书架里具有文章加语音的形式，满足用户在不同场景的需求

交互方案4

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



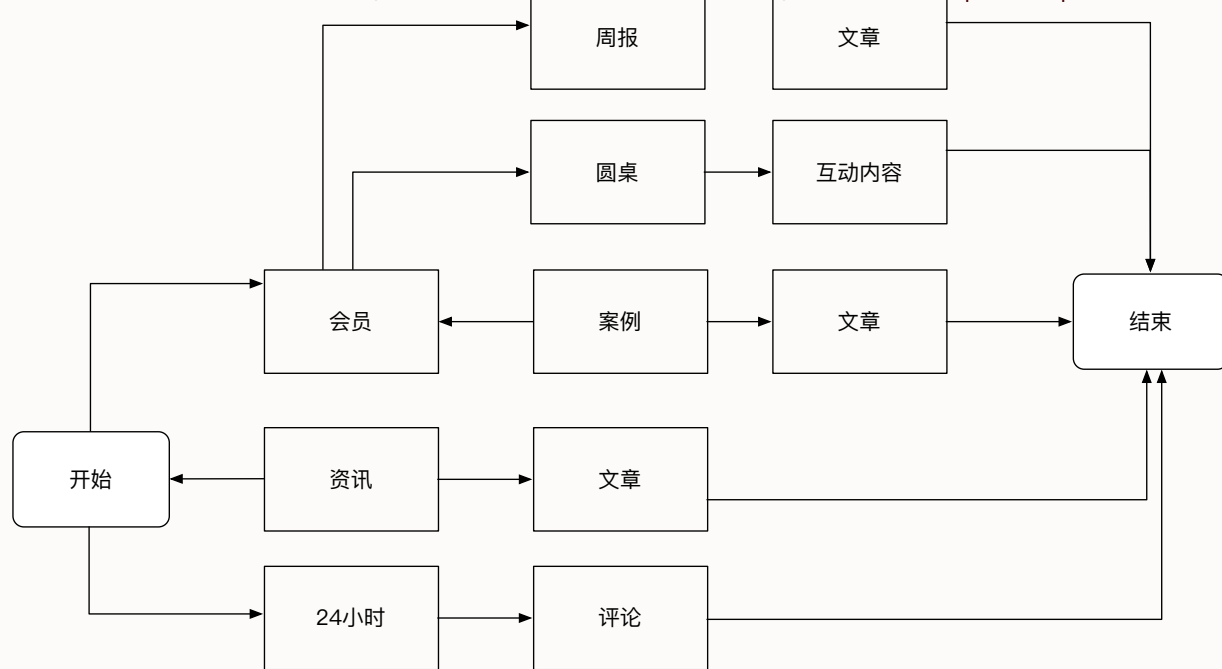
分析：在此交互流程中将首页直接将文章列表作为第一展示形式，提高了用户的浏览效率，专栏放在了第二tab提高了其内容的转化率，且内容传播形式有语音加图文，满足用户在不同场景下的需求，发现中放入的精选加专题，对提高内容的分类形式，对不同的用户在内容上也做的相应的推荐

优点：用户需求满足度高，同时内容的传播效率也做的不错

缺点：对语音部分系统活性还需加强

交互方案5

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



分析：在此交互流程中将首页直接将文章列表作为第一展示形式，提高了用户的浏览效率，专栏放在了第二tab提高了其内容的转化率，且内容传播形式有语音加图文，满足用户在不同场景下的需求，发现中放入的精选加专题，对提高内容的分类形式，对不同的用户在内容上也做的相应的推荐

优点：用户需求满足度高，同时内容的传播效率也做的不错

缺点：对语音部分系统活性还需加强

版本目标

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>

1.围绕核心功能快速迭代——MVP最小化可行产品、PMF产品与市场相契合、打造有亮点的产品功能，建立有效的激励机制，实现社交传播。

2.打造产品口碑——用户画像的明晰、用户需求的确定，运营模式的验证，都需要运营人员一对一地跟用户深度接触，不断收集用户反馈，优化MVP形态和运营流程。

3.专注发展目标用户——聚焦目标用户，获得目标用户的口碑，自发产生传播

目标人群

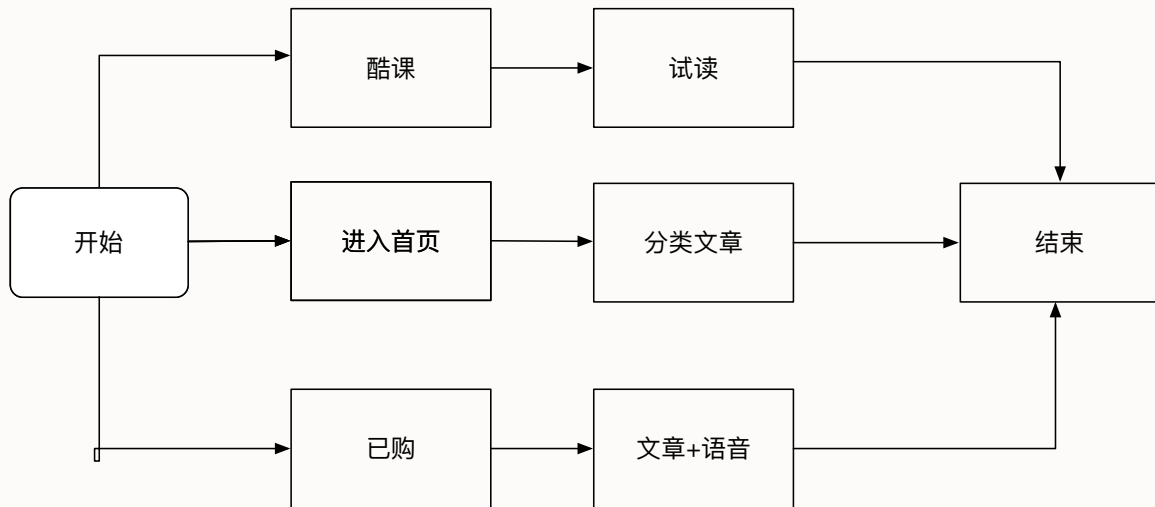
起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



目标人群：主要以年纪在20-40岁之间的男性青年为主，互联网公司从业者、科技达人、其他科技热爱者。

交互方案6

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>



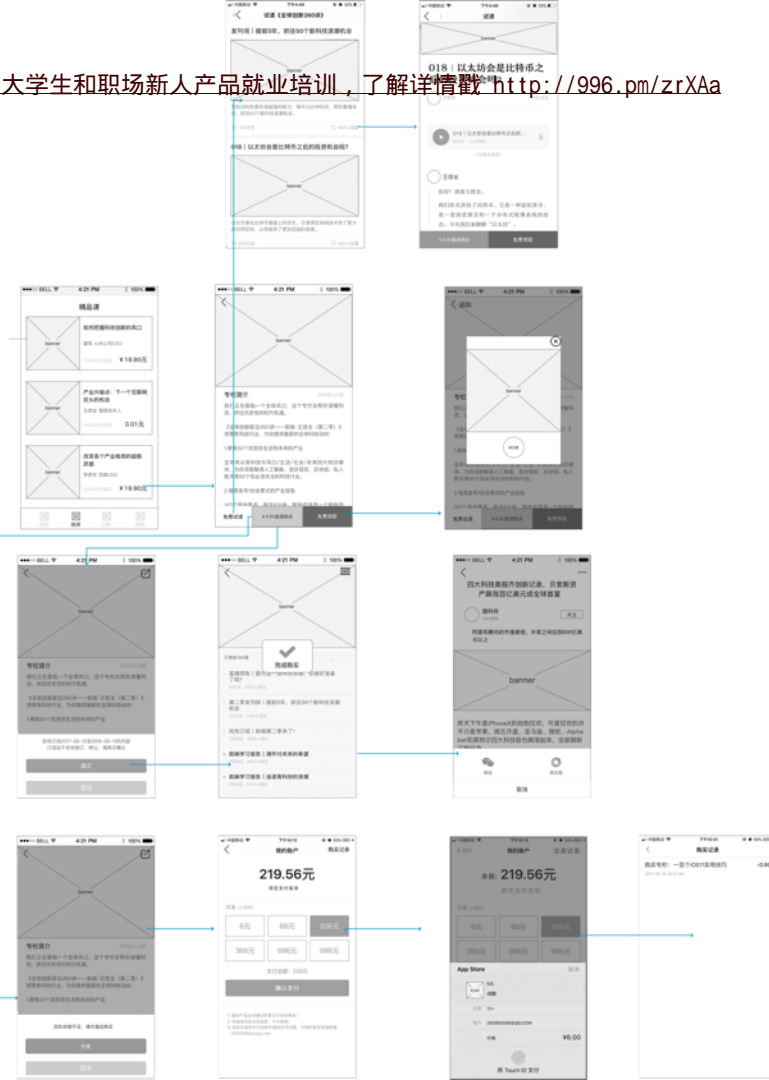
结合产品的定位以及产品的发展阶段、和目标用户，考虑将主要内容首推在第一层级，前期注重核心功能的设计，满足目标用户的需求，在用户量起来之后在考虑加入社交等其他的功能。

首页加了分类，帮助用户更快的找到自己感兴趣的内容，然后将酷课作为产品的亮点功能，用语音加文章的形式来满足用户在不同场景下对内容的需求，同时前期精细化的运营内容，让内容付费化，精品化来吸引用户，同时有利于产品的分享传播，付费内容的选择上—科技、前沿、专业、深度的解读，针对目标用户精准出击，所以，将已购也作为第一层级，在用户还没购买的基础上，推荐内容，如果用户已购买，可以子啊已购中直接去看自己购买和收藏的内容，提高的用户的使用效率，所以在层级的设计划分也是尽可能的将主要内容展示出来，以此来验证前期种子用户的需求，打造MVP化产品。

界面逻辑图

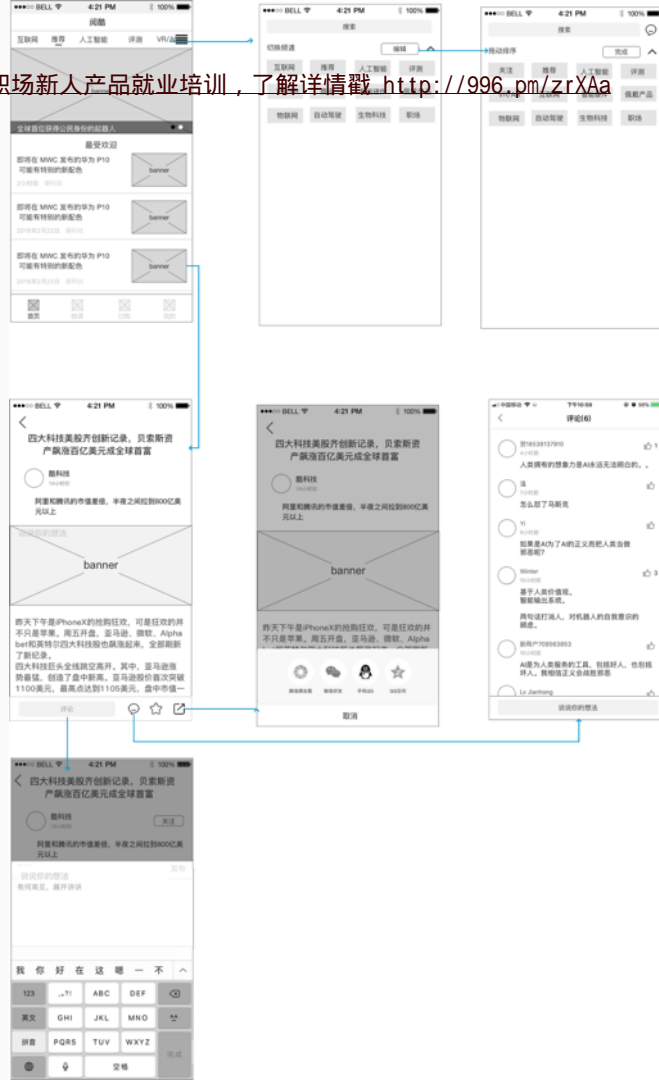
起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳<http://996.pm/zrXAa>

详细逻辑图详细请看Axure文件



界面逻辑图

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAA>



详细逻辑图详细请看Axure文件

起点学院“产品经理就业特训营”，专注大学生和职场新人产品就业培训，了解详情戳 <http://996.pm/zrXAa>

Thanks

BUSINESS POWERPOINT

this is a sample text. insert your desired text here. Again. this is a dummy text. enter your own text here. this is a sample text.