

Airbnb 产品体验报告

一 . 体验环境

1. 产品名称 : Airbnb
2. 产品类型 : 旅游类工具 APP
3. 设备型号 : iPhone XS
4. 操作系统 : 12.2
5. 网络环境 : 4G
6. 体验角色 : 租客
7. 体验场景 : 室内
8. 体验地点 : 北京

二 . 产品介绍

Airbnb 是一个提供短期出租房屋服务的工具类 APP, 在中国大陆品牌名为爱彼迎。让旅行者可以预定来自世界各地拥有当地文化的独特房源。当前, Airbnb 在 191 个国家, 65000 个城市中共有超过 3, 000,000 笔房源。

三 . 用户分析

1. 用户定位
 - 租客
 - 旅行者
 - 体验者
 - 房东
 - 通过平台来获取报酬的房东
 - 通过平台来进行交友的房东
2. 用户特征分析



图 (1) 不

[在此处键入]

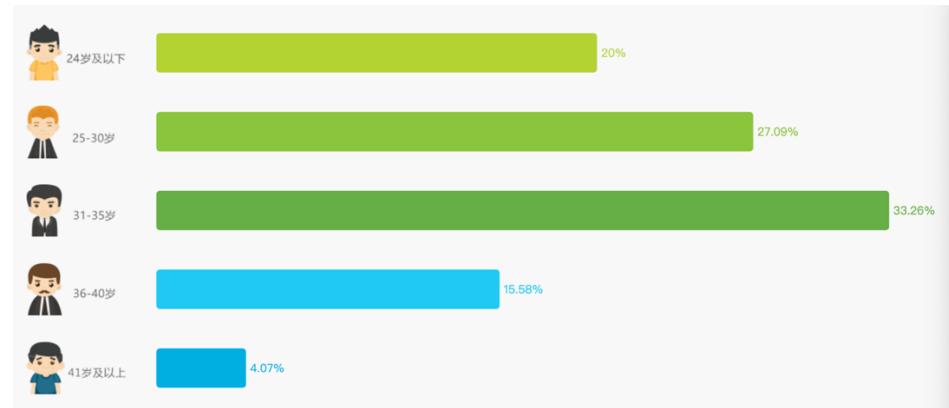


图 (2)

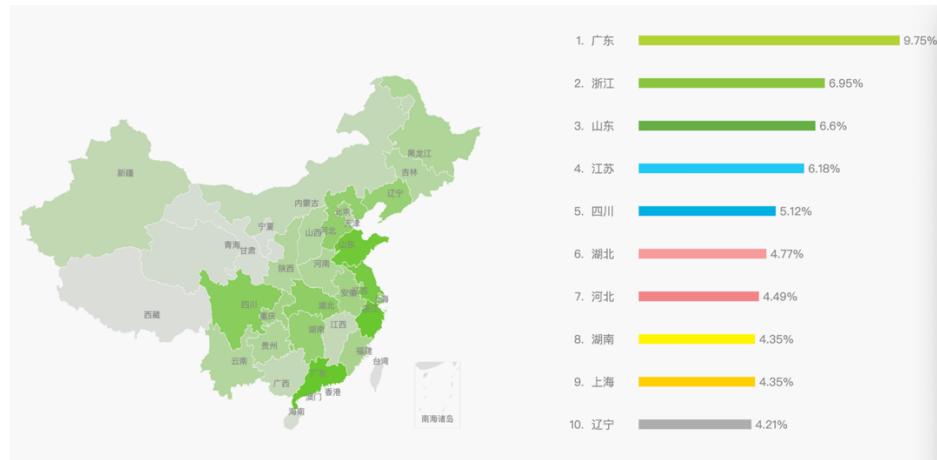


图 (3)

数据来源：艾瑞数据

- 用户性别方面占比：从图 (1) 中可以看出 Airbnb 的核心用户群体偏向女性，女性用户比男性用户多 37, 96%，可能是因为 Airbnb 是一个具有人文情怀并且可以跟房东沟通，带有社交性质的短租平台，所以女性用户会偏多一些。
- 年龄段方面占比：从图 (2) 中可以看出 35 岁以下用户高达百分之 81%，这说明 Airbnb 的目标用户群体更偏向年轻化，可能因为年轻人更比较喜欢有文艺范并且带有品牌性质的旅游平台。
- 地区方面占比：从图 (3) 中可以看出用户主要分布在广东，山东，浙江等沿海地区。从经济方面考虑，这些地区的用户经济条件比较好。

3. 用户需求

[在此处键入]

需求/用户	租客	房东
基本需求	获得不同于 hotel 服务的住宿体验, 可以舒适住宿的同时还可以体验当地文化	通过提供房屋住宿服务来获取相应的报酬
期望型需求	发现一些合适的当地文化活动来进行深入体验	住宅得到了良好的反馈, 收到了旅行者的好评, 提高了在平台的信用, 以此来获得更多客源
兴奋型需求	能够与房东进行良好的交流和交友	与旅行者进行文化分享交流。

4. 用户画像

- 租客：

租客类型：体验者	姓名：Marry	年龄：25-35	身份：企业白领	性别：女
Marry 是一位企业白领, 善于沟通, 平时喜欢探索新环境, 所以经常会约朋友到不同的城市旅游参加当地活动, 体验当地文化特色。				

租客类型：旅行者	姓名：John	年龄：30岁	身份：企业员工	性别：男
John 每年都会带着全家人去旅行, 酒店, 民宿都会选择, 为了方便, 会选择带有厨房的居住地。				

- 房东：

房主类型：通过平台来获取报酬的房东	姓名：Lily	年龄：25-35	身份：自由职业者	性别：女
-------------------	---------	----------	----------	------

[在此处键入]

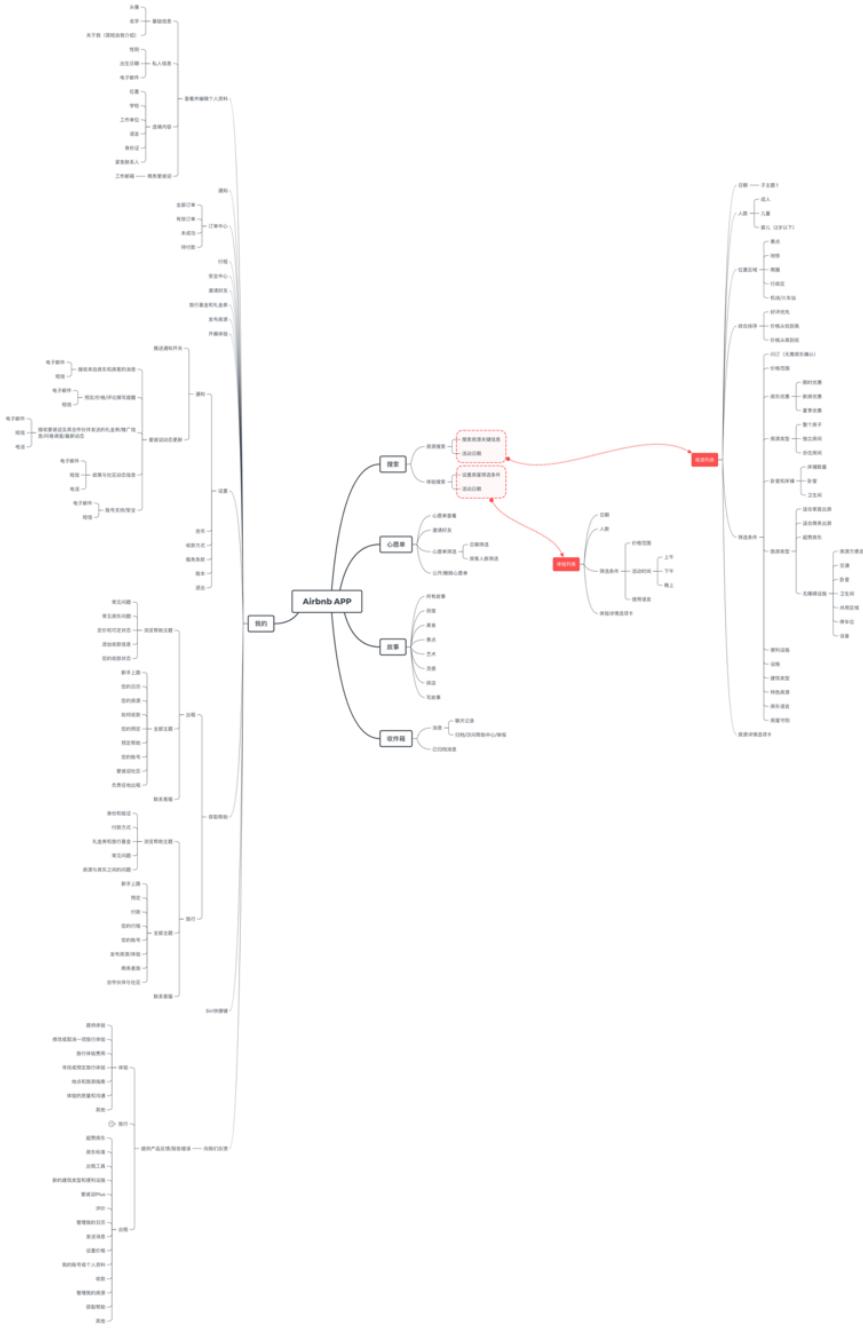
Lily 是一位自由职业者，由于家里有空余的房子，会通过短租平台向外放出，换取一定的报酬来维持生活。

房主类型：通过平台来进行交友的房东	姓 名：	年龄：25-35	身份：企业白领	性别：男
-------------------	------	----------	---------	------

John 是一位善谈并且喜欢吸收新文化的企业白领，由于家中有闲置的房子，John 通过短租平台将自己的房子租出去，获取一定报酬，并且不同文化的人建立了友谊关系。

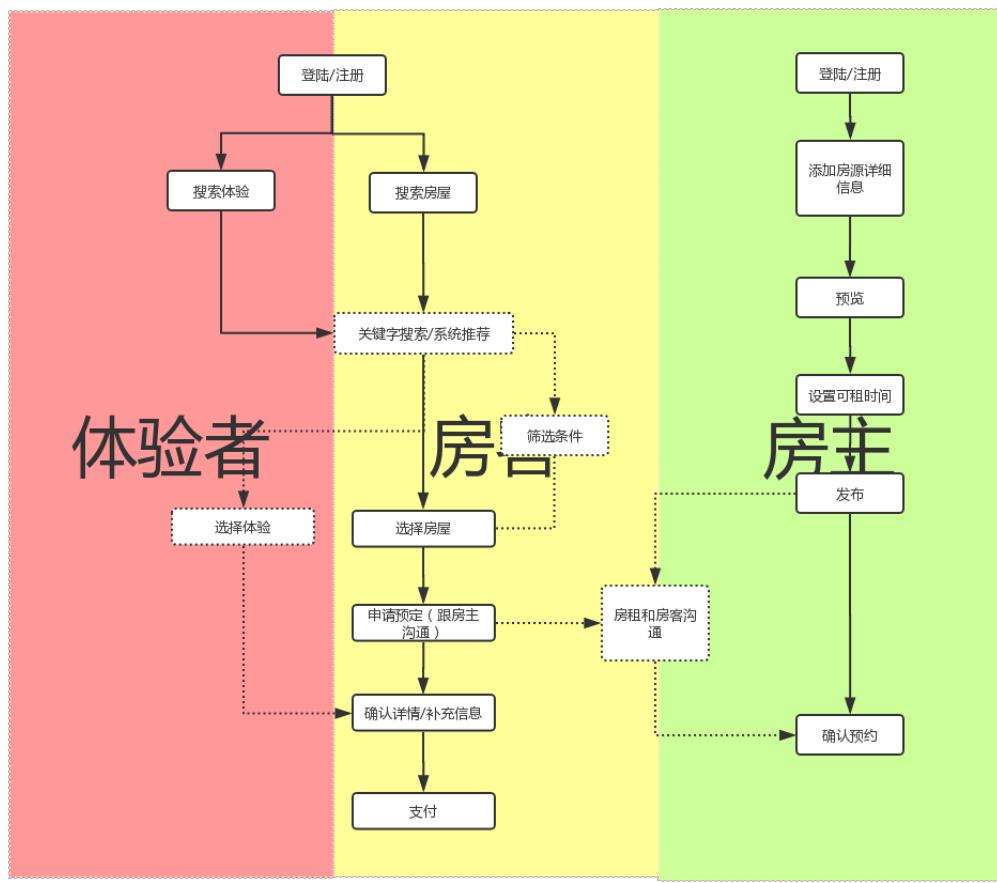
四 . 产品结构图

[在此处键入]



五 . 产品操作流程图

[在此处键入]



六 . 产品体验

1. 产品主要功能体验与分析

- 登陆和注册

[在此处键入]



手机动态密码登陆操作界面

普通账号密码登陆操作界面



通过第三方媒体登陆

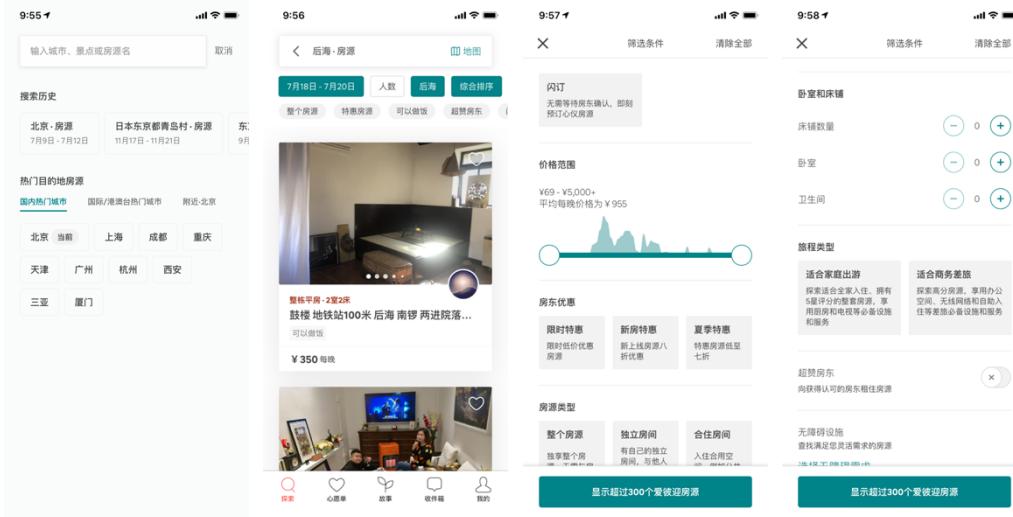
[在此处键入]



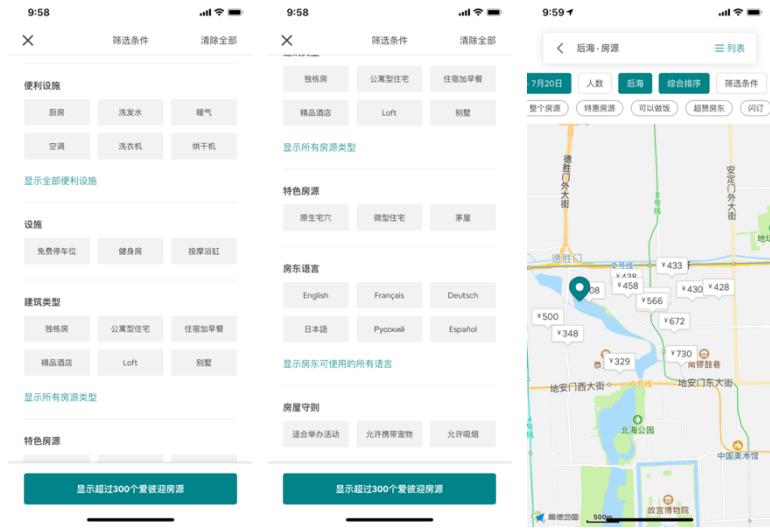
注册操作步骤

登陆界面分为三种个方式,一个方式是用手机动态密码登陆,另一方式是通过普通密码登陆,最后一种方式是通过其他媒体的账号进行登陆,这三种方式中页面排版布局很相似,简洁明了,用文字清楚的说明了用户如何登陆,但是从颜色上来说此背景色没有体现出产品特色,Airbnb 的产品主色系应该是 Rausch,带有暖色调的色调。从交互方面来说,操作比较繁琐,每种登陆方式都要经过多次页面跳转,例如手机登陆需要两个页面才能完成这一步骤。从技术角度来讲,这样多次页面跳转会给服务器造成请求的压力。

● 房源搜索



[在此处键入]

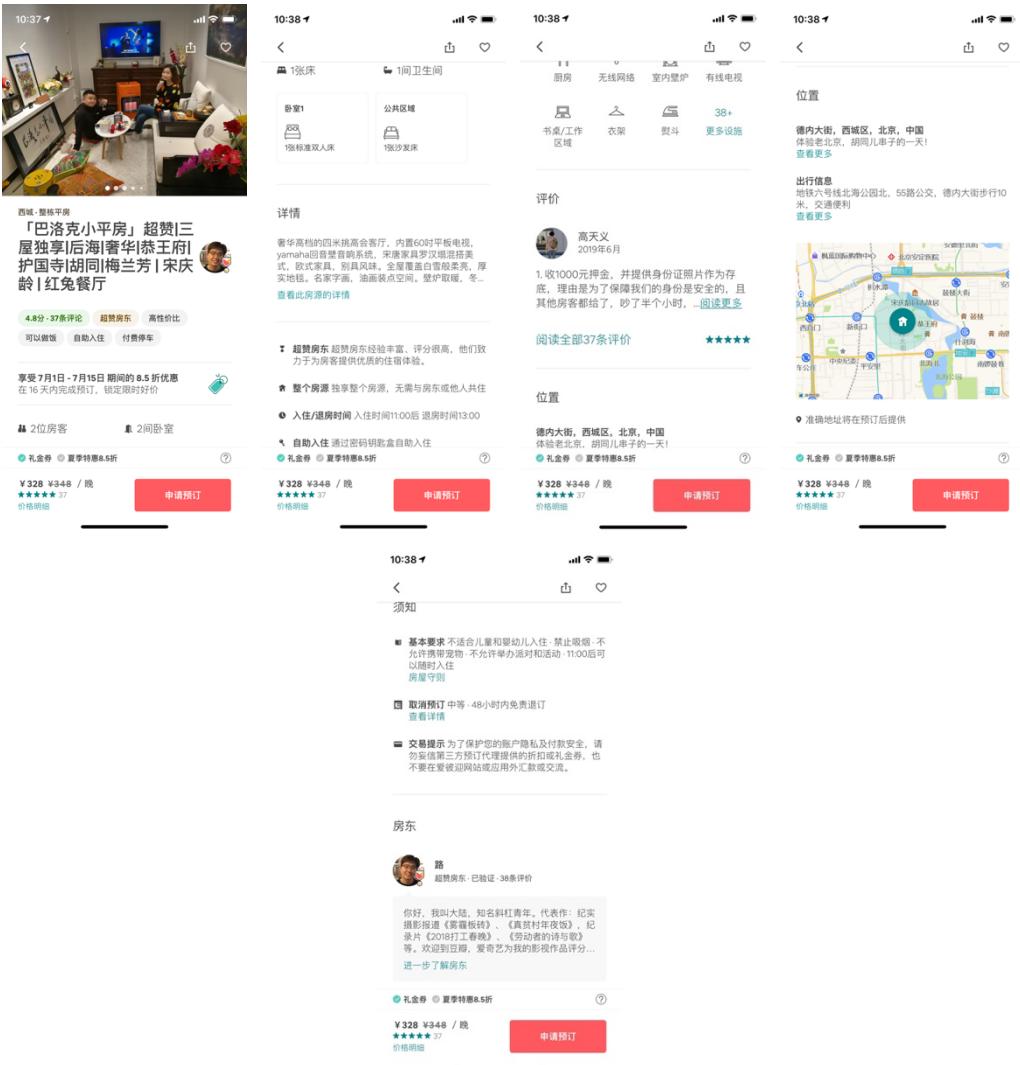


房源搜索以及筛选条件操作步骤

用户通过输入关键字和用房日期搜索房源，在搜索页面，未输入关键之前，会显示当前城市或者一些热门城市的选择，输入关键字后，会显示与关键字相关的附近热门地点，然后进入房源列表页面。从视觉上来说，页面颜色舒适不刺激，文字排版整齐且明了，但是在房源列表页面，顶部的 tag 居多，显的有一些凌乱。从功能上来说，搜索功能单一，建议在搜索页面上，添加一些多样化 tag，比如与关键字相关地标，景点，商圈，行政区，地铁站等。从技术的角度分析，搜索后出房源列表页面的等待时间较长。

● 房源详情

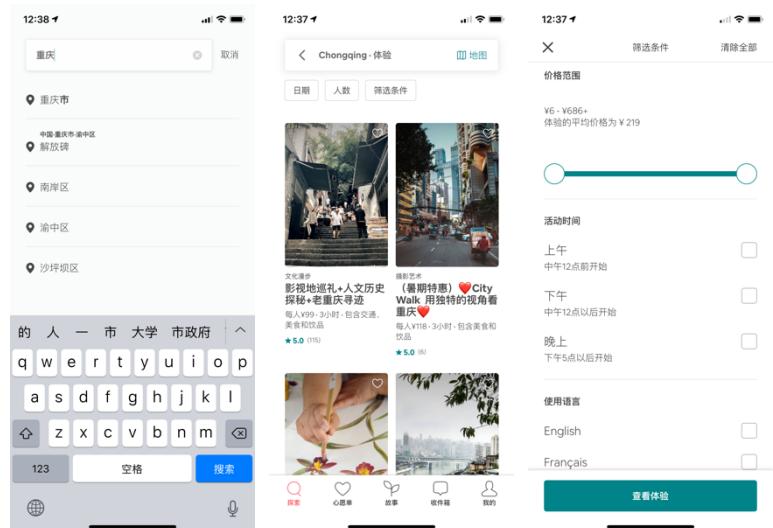
[在此处键入]



用户可以通过此部分为房源具体信息，比如房间设备，如何入住，是否可以预定，其他用户的评价等。从视觉上来说，此页面布局合理，文字清晰。从功能上来讲，在此房源预定之前，用户是不能看到房子的具体地址，这可能会导致用户不知道房子的周围是否符合需求，还有一点就是用户评价不能带有图片，这也直观的会影响到用户选择房源，最后一点就是在用户决定预定此房源时，需要两个个页面才能完成此功能跳到支付页面，有一些操作繁琐，可以节省为一个页面。

● 体验搜索页面

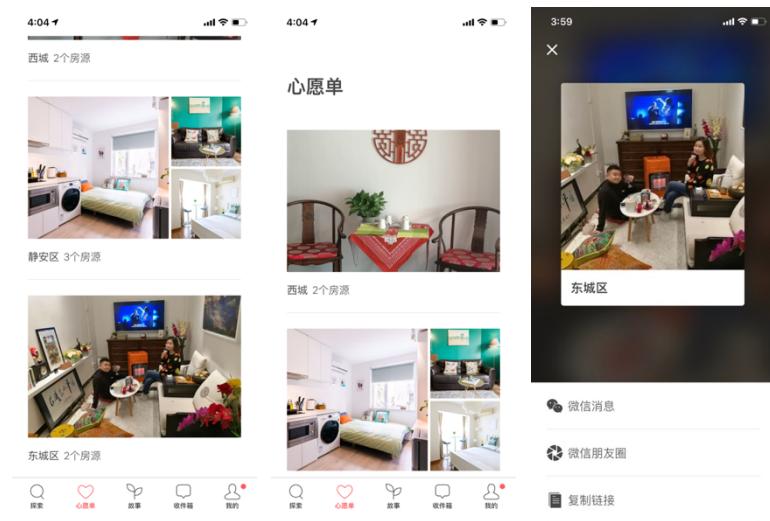
[在此处键入]



体验搜索和筛选条件页面

用户通过体验搜索功能可以搜索到一些当地的文化活动，首先用户得输入关键字，但是输入关键字后，搜索推荐以及搜索提示线索太少了，到了体验活动体验列表页面后可以通过筛选条件来排除一些活动，筛选条件仅有四个，价格范围，活动时间，使用语言，人数，建议多加一些筛选条件，比如对于残障人士的筛选条件，以及室外或者室内，距离范围等。

● 心愿单和邀请好友



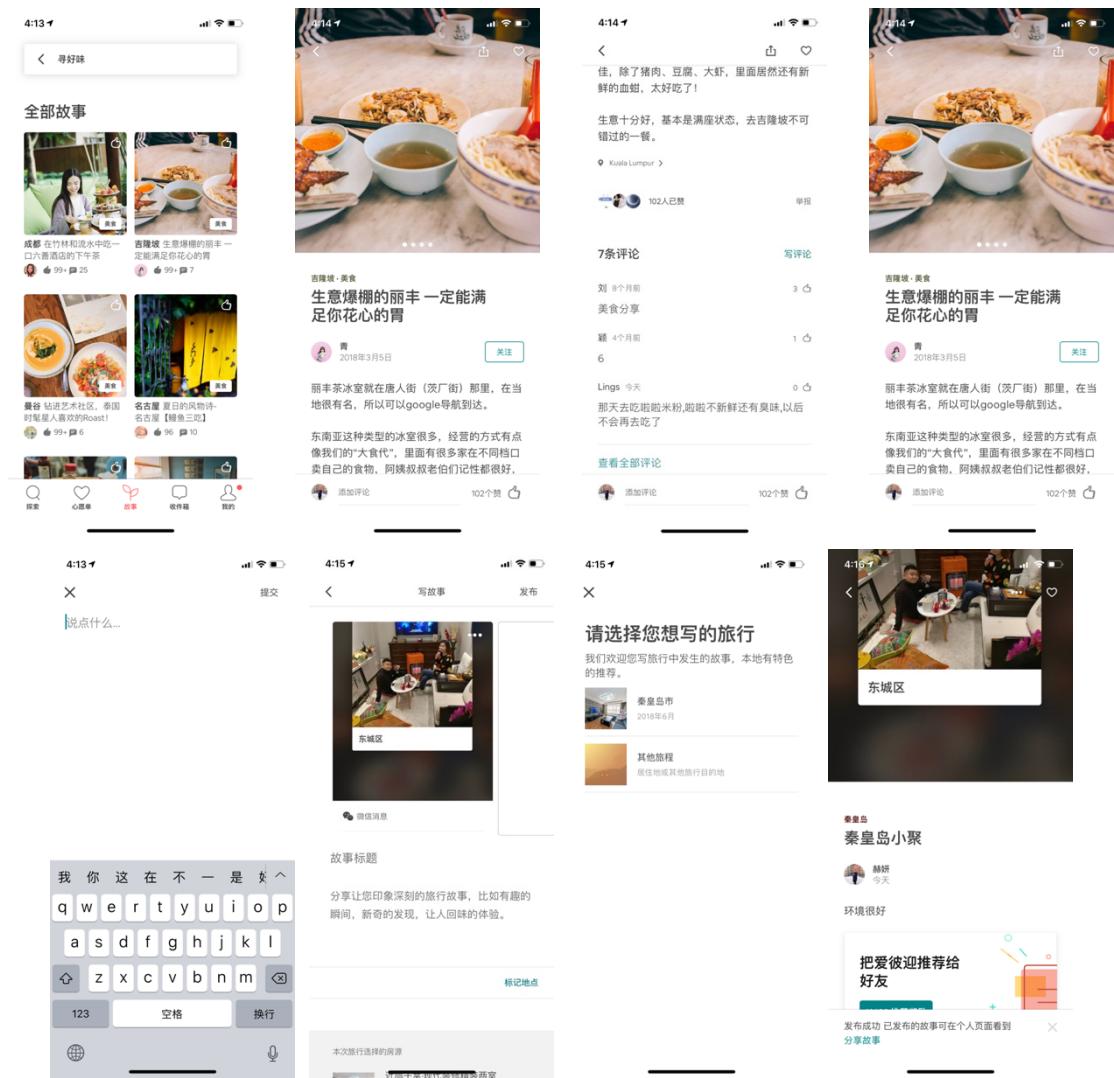
心愿单和分享界面

用户在浏览房源的时候可以将自己喜欢的房源收藏，收藏过后系统会根据地域生成心愿单，用户也可以在保存阶段创建自己的心愿单。当心愿单中的房源被取消收藏之后，心愿单也

[在此处键入]

会自动删除。心愿单也要邀请好友，就是将心愿单中的房源分享给好友，当好友通过分享链接打开心愿单或者被添加为共同房客之后就可以同步更改心愿单，方便通行的人一起挑选房源。但是在分享心愿单的，个人建议应该加上房源的一些基本信息，比如房子的大概地址，大小，是否是独立公寓等。除此之外，建议将分享渠道多样化一些，目前智能分享微信，可以分享微博，支付宝等媒体。从视觉的角度分析，页面简洁不繁琐，清晰明了，从功能的角度来说，还是欠缺一些。

● 故事



故事列表和写故事界面操作

[在此处键入]

用户在故事这个功能里，可以查看一些旅行者分享的美食、景点等旅行日记，用户可以评论，但是在评论功能，还是不能添加图片，这是一个很大的缺陷。用户还可以创建自己的旅行日记，发布到 Airbnb 的故事平台中。从视觉上，这部分依然保持着简洁且，设计感且清晰的界面，从功能上来说，还是需要完善一下，尤其是评论部分。

● 收件箱和消息



收件箱界面和归档消息界面

收件箱用于存放和房东沟通或者系统发送的消息。可讲消息归档，归档后的消息不在收件箱中显示，会集中存在归档消息中心里。消息面板中会有房源快速通道，并且支持图片和文字的发送。收件箱没有提供消息搜索功能，如果用户多次使用 Airbnb 预定房间，这会有大量的房子的沟通消息，如果可以直接搜索关键字匹配到相应的聊天记录里，这样体验会更好。

● 我的面板

[在此处键入]



我的面板中有多个重要面板的进出口渠道，比如订单中心，形成，优惠券等，值得提的是在我的面板中可以加一个切换账号的选项，如果用户不想用这个账号可以直接点击切换账号，而不是需要两步才能切换，现有的操作是得在设置中才能退出此账号，这个功能隐藏的太深，一般用户会很难找到。

七 . 产品运营分析 & 盈利模式分析

1. Acquisition 获取用户

- 从现有 Craigslist 平台，通过机器脚本，挖取用户
- 利用第三方邮件系统
- 提供交易转化率：专业摄影师上门拍照
- 清扫交易障碍：房主保险计划
- 缩短交易确定性失效：即时预定
- 通过数据化运营来放大口碑传播
- 拓展：场景和服务

2. Activation 提高活跃度

- 打通社交关系
- A/B 测试
- 双重循环-好友邀请将会获得更多代金券

[在此处键入]

-
- 降低用户使用门槛
 - 利益诱导
3. Retention 提高留存率
- 优化界面：例如按钮 星->心
 - 优化移动端功能
4. Revenue 获取收入
- 交易订单服务费：从房东与租客的交易订单抽取 10%
 - 为房东提供免费摄影服务
 - 对房东的房屋提供保障计划
 - 对租客的权益保障条款
5. Refer 自传播
- 推荐政策-旧用户推荐新用户可获得代金券

八 . 总结

1. 优点
- 页面简洁，文字，图片布局合理，逻辑清晰，可以让用户分清主次内容，并且颜色不会对用户视觉造成压力。
 - 对于英文房源介绍，用户可以点击翻译
 - 筛选条件有简单的介绍，让用户在选整个房源，独立房间和合住房间时不会感到疑惑。
 - 针对房主和租客都有良好的隐私保护措施
 - 重视残障人士，在筛选条件中提供了很多针对残障设施的选择。
 - 心愿单功能给一起出去玩的用户们提供了便捷。
2. 缺点
- 界面跳转比较平凡，能在同一界面中体现的信息量太少
 - 操作繁琐，能在同一页面完成的交互操作，需要通过几个页面才可以完成。
 - 大部分词汇不符合中国用户使用的习惯。
 - 筛选条件 tag 视觉有些凌乱。

[在此处键入]

-
- 搜索推荐 tag 太少。
 - 取消订单后无法获取服务费，且费用非常高。
 - 对于登陆页面的其他登陆渠道大部分都是国外用户的媒体渠道，应该多添加中国用户的媒体。
 - 房屋和体验的评论功能不能添加带有图片的评论。
 - 服务器资源加载相对较慢
 - 切换/退出账号功能隐蔽。

3. 建议

- 可重新分析中国用户群体的操作习惯以及词汇使用，适当的针对中国用户将 APP 从视觉方面到交互方面重新设计。
- 建议针对庞大的中国市场，可考虑在中国建立一个服务器站，将资源放到本土服务器，这样会解决加载慢的问题。
- 建议适当降低服务费用或将服务费直接包含在房费中。中国用户大部分已经习惯平台从最终的金额内抽取并且不告知用户抽取的金额。将服务费直接显示给用户可能降低用户的使用热情。
- 将筛选条件 tag 精简，并且符合逻辑。
- 建议多添加一些中国媒体登陆渠道。
- 建议将切换/退出账号功能放到我的面板的最底部。
- 建议推荐筛选 tag 增多，比如热门景点，与搜索关键词相关的附近地铁等。
- 建议将评论功能添加带图片评论方式。

[在此处键入]