

无线用户之声

SC APP Android 用户反馈，用户特征及用户行为分析

国际UED-B2B-无线 2014-07-29

目录

一．用户评星及反馈分析

二．用户特征分析

三．用户行为分析

四．总结

一．用户评星及反馈分析

- ① 数据选取
- ② 整体评星概览
- ③ 用户反馈问题汇总

① 数据选取

数据来源：Google Play Developer Console & 主站反馈 & Applause

时间范围：2014.5.6 – 2014.7.29

版本信息：Android 3.1.1 & 3.1.0 & 3.0.1

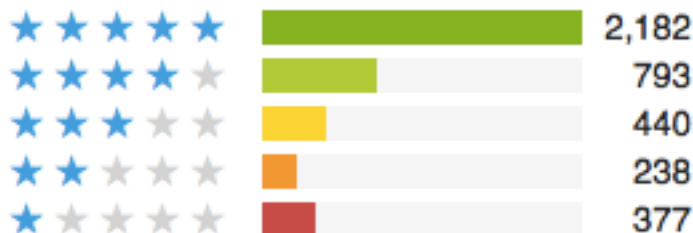
② 整体评星概览

历史累计评星情况

到目前为止，在Google Play上，SC APP Android 12个版本累计获得评星**4030**，其中1星377次，2星238次，3星440次，4星793次，5星2182次，差评（3星及以下评论）占比**26%**（上次26%），平均星级是**4.03**（上次4.02），差评占比及平均星级和上次统计的数值基本相同。

RATINGS & REVIEWS

of Ratings
4,030

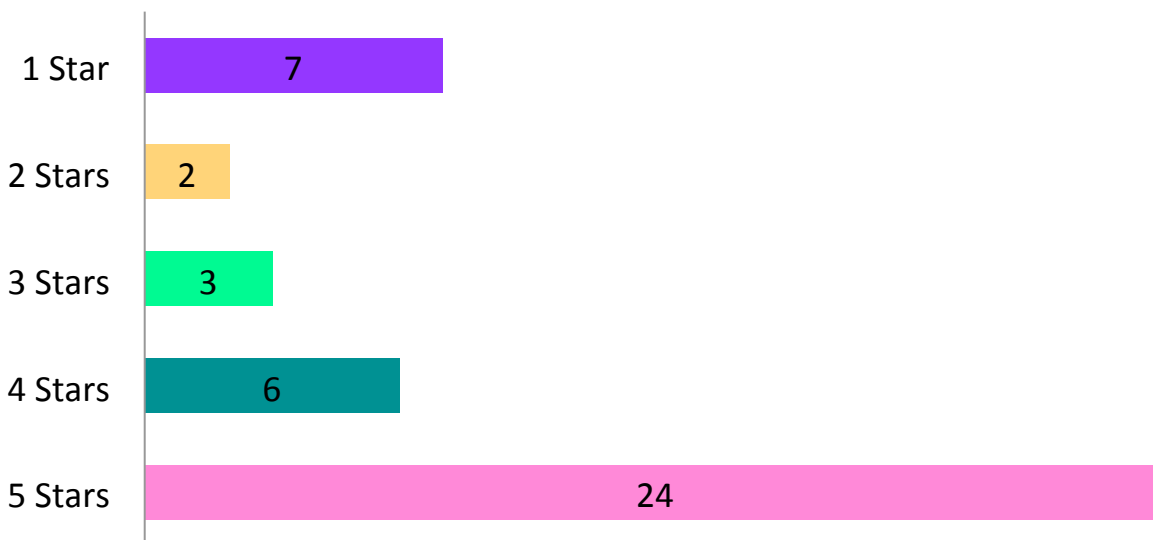


Average Rating
4.03

本次统计时间内评星情况

从下面的评星等级分布图可看出，统计时间内（5月6日 - 7月29日）的全球用户共评星**42**次，其中1星7次，2星2次，3星3次，4星6次，5星24次，差评占比**29%**（上次19.6%），平均星级是**3.9**（上次3.7），和上次的评星数据对比，差评占比增高，平均星级略有升高，其中差评占比升高的主要原因是APP Crash及ATM Bug较多，但是此类问题已在3.1版本中得到了修复，可以考虑联系差评用户请他们升级并修改Google Play里面的评论，应该有可能降低差评占比。

评星分布

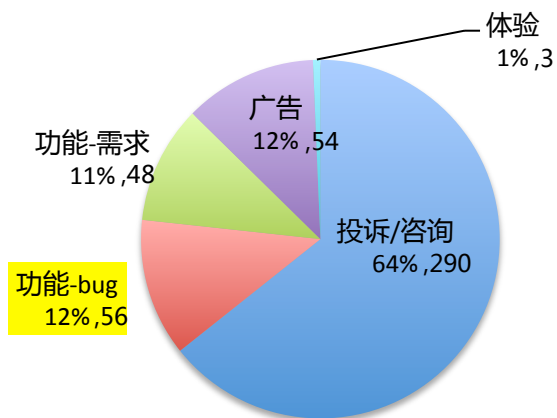


③ 用户反馈问题汇总

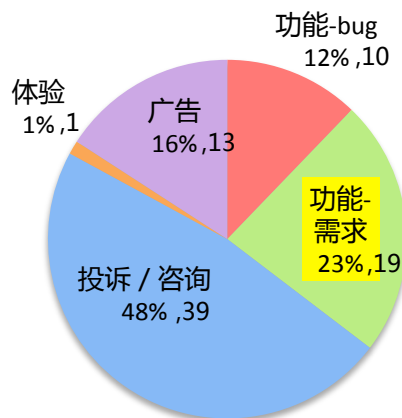
统计时间内（5月6日 - 7月29日），从全球用户的反馈中，经过整理剔除称赞或内容无效的评论，共筛选出**575**条SC APP Android（3.1.1 & 3.1.0 & 3.0.1）在产品使用方面的问题（其中来自Google Play的有23条，来自主站反馈的有552条），后面按版本对问题进行了汇总，且每个版本分别从Bug、需求、体验、投诉/咨询、广告5个方面进行了归类。

各版本问题分布：

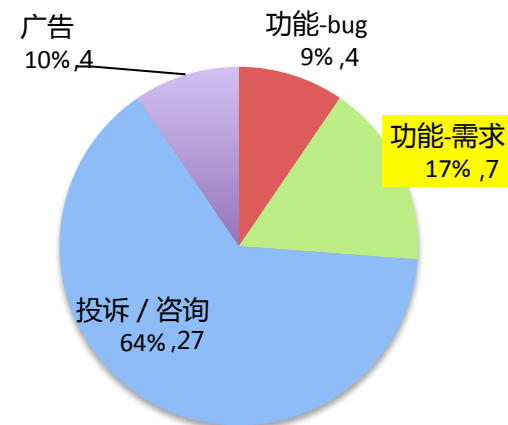
Android 3.0.1(451个)



Android 3.1.0(82个)



Android 3.1.1(42个)



黄色 标识的是版本中的重点问题

③ 用户反馈问题汇总

V3.0.1 (共451个问题)

Bug类问题 (12%, 56个) 中用户反馈最多的是：APP或ATM不能登录、ATM数据传输有问题、Message不能用、不能注册、收不到通知等。

需求类问题 (11%, 48个) 中用户比较关心的是：修改帐户、密码找回、采购需求被拒原因、支持多语言、提供汇率转换、卖家想销售商品。

投诉/咨询类问题 (64%, 290个) 占比最高，投诉最多的是卖家欺诈，及咨询采购、付款、物流或卖家信誉等方面的问题。

广告 (12%, 54个) 类问题主要是有很多卖家发广告。

体验 (1%, 3个) 中用户反馈的有：APP更新太频繁、聊天功能不好用、类目不全。

V3.1.0 (共82个问题)

Bug类问题 (12%, 10个) 中用户反馈最多的是：不能注册 (提示邮箱被占用)、不能登录、收不到供应商发来的报价、无法进入Message、Crash等问题。

需求类问题 (23%, 19个) 中用户比较关心的是：采购需求被拒原因、修改帐户、密码找回、ATM可以加载历史消息、分享产品、APP为什么要求多种访问权限、优化询盘。

投诉/咨询类问题 (48%, 39个) 占比最高，投诉最多的是卖家欺诈，及咨询采购、付款、物流或卖家信誉等方面的问题。

广告 (16%, 13个) 类问题主要是有很多卖家发广告。

体验 (1%, 1个) 中用户反馈的有：被告知不能报价但未给出解决办法

③ 用户反馈问题汇总

V3.1.1 (共42个问题)

Bug类问题 (9% , 4个) 中用户反馈最多的是 : ATM不能用、不能发Message不能登录。

需求类问题 (17% , 7个) 中用户比较关心的是 : 采购需求被拒原因、修改帐户、ATM里联系人的在线状态。

投诉/咨询类问题 (64% , 27个) 占比最高 , 投诉最多的是卖家欺诈。

广告 (10% , 4个) 类问题主要是有很多卖家发广告。

更多详细内容请查看

<http://demo.alibaba-inc.com/categories/1769/projects/8736>

二．用户特征分析

- ① 数据选取
- ② 地域分布
- ③ 版本分布
- ④ 终端和网络
- ⑤ 活跃用户和装机量

① 数据选取

数据来源：无线数读&Google Play Developer Console

时间范围：2014.5.6 – 2014.7.29

版本信息：Android 3.1.1 & 3.1.0 & 3.0.1

② 地域分布

美国、英国、印度 三个国家的用户最关注SC APP Android，其中美国用户的安装量最大，近一个月的安装量约占全球安装量的18%。



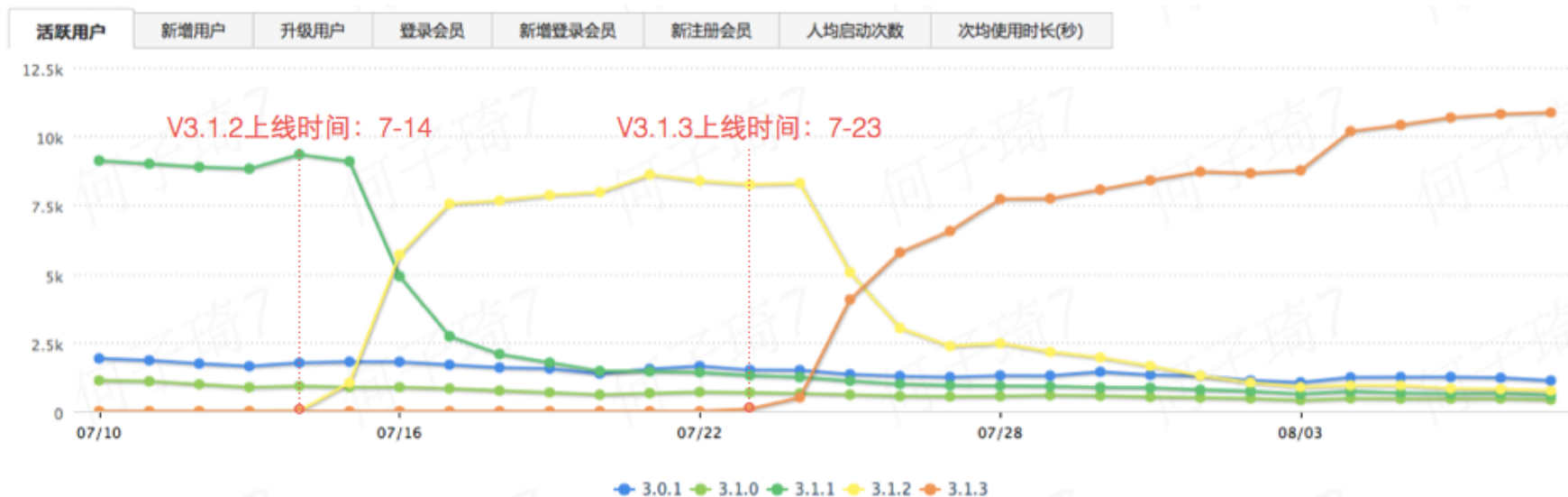
APP用户国家分布

<input checked="" type="checkbox"/>	United States	31,384	17.80%
<input checked="" type="checkbox"/>	United Kingdom	10,711	6.08%
<input checked="" type="checkbox"/>	India	8,494	4.82%
<input type="checkbox"/>	Australia	8,191	4.65%
<input type="checkbox"/>	Malaysia	5,634	3.20%
<input type="checkbox"/>	Russia	5,616	3.19%
<input type="checkbox"/>	Turkey	4,698	2.67%
<input type="checkbox"/>	Canada	4,435	2.52%
<input type="checkbox"/>	Singapore	3,721	2.11%
<input type="checkbox"/>	Germany	3,623	2.06%
	Others	89,764	50.92%

④ 版本分布

从下面的版本分布图可以看出Android用户升级App的速度比iOS用户（新版本使用量一般在上线1天后超过旧版本）要慢，比如V3.1.2在7月14日上线，2天之后超过V3.1.1的使用量，V3.1.3在7月23日上线，3天之后其使用量才超过V3.1.2。推测是因为Android机没有类似iPhone的软件自动更新功能，用户需要手动更新从而造成一定程度的升级滞后。

现在有约75%用户在使用V3.1.3，约90%用户使用3.1系列版本，约9%用户仍在使用V3.0系列版本。



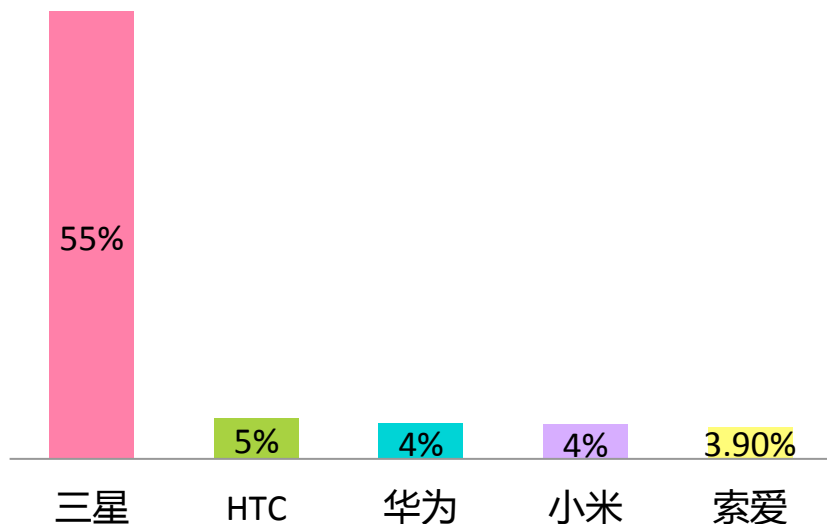
⑤ 终端和网络

最常用品牌：三星、HTC、华为、小米、索爱

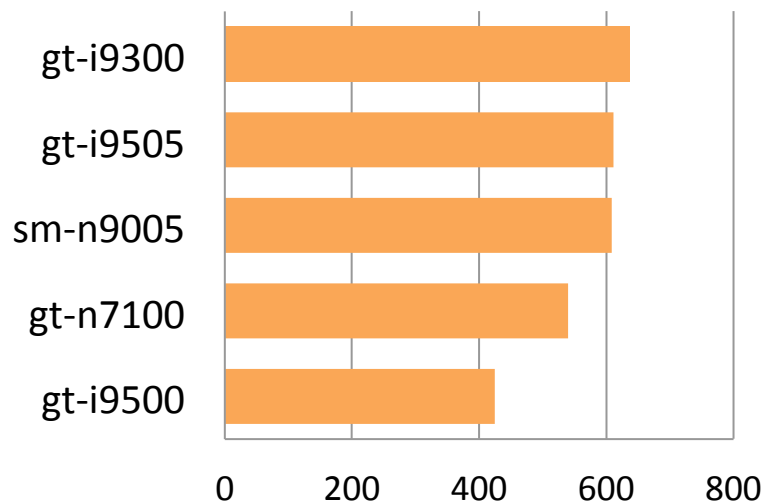
最常用机型：Top5常用机型的品牌都是三星，型号分别是：

gt-i9300、gt-i9505、sm-n9005、gt-n7100、gt-i9500

Android机品牌分布

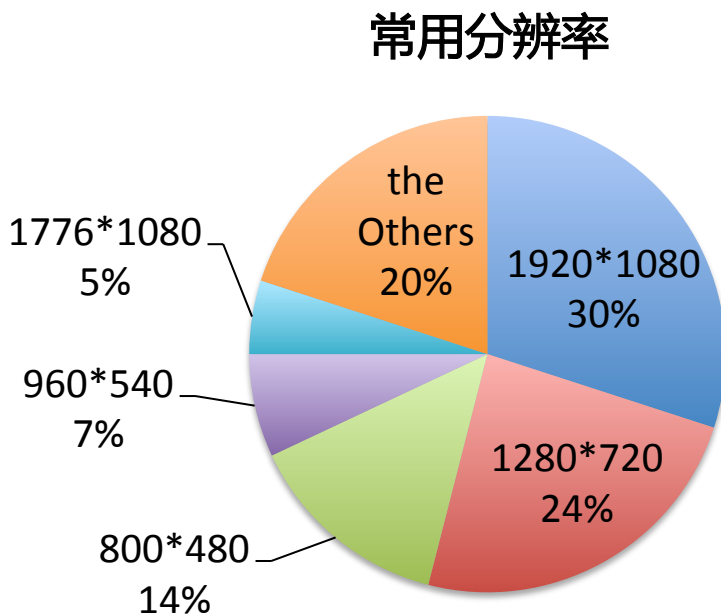


常用机型TOP5



备注：因无线数读只提供单日数据，故以上均为根据单日数值粗略统计得出的平均值。

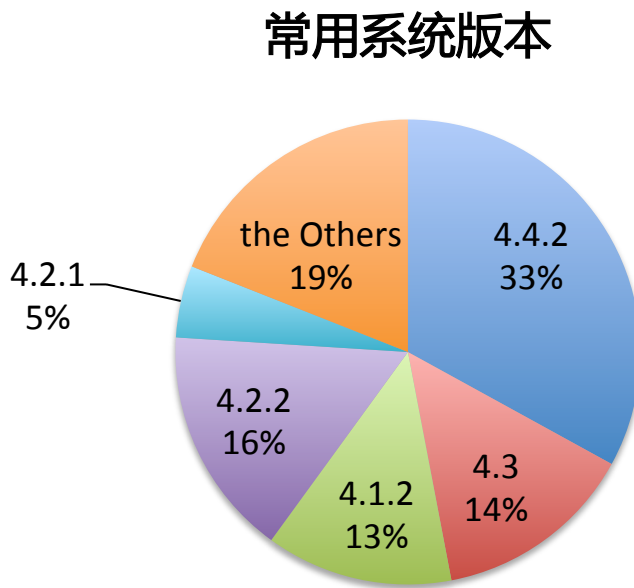
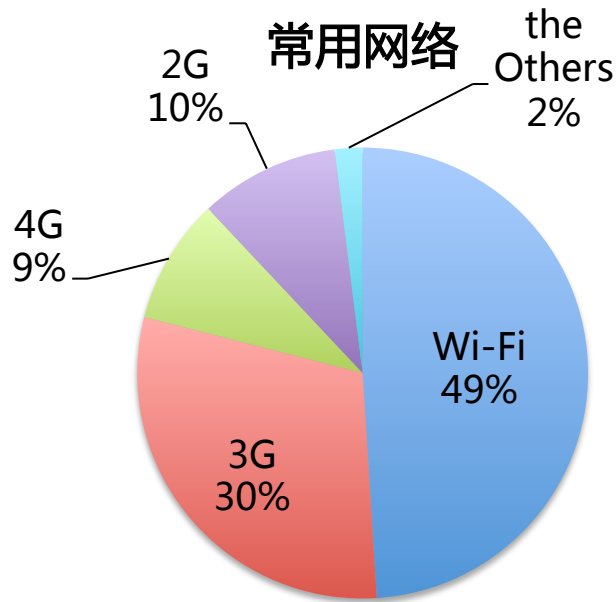
最常用的分辨率：1920*1080、1280*720、800*480、960*540、1776*1080，这5种分辨率共占80%，和上次统计的情况差不多，因此设计、开发时满足了这5个分辨率即可覆盖大部分机型。



备注：因无线数读只提供单日数据，故以上均为根据单日数值粗略统计得出的平均值。

最常用的网络：Wi-Fi和3G，用户使用Wi-Fi和手机网络的比率接近1:1

最常用操作系统版本：4.4.2、4.3、4.1.2和4.2.2。Android 4 系已占到全部操作系统的95%，因此设计、开发时基本只要考虑4系的特性即可满足绝大多数用户的需求。



备注：因无线数读只提供单日数据，故以上均为根据单日数值粗略统计得出的平均值。

⑥ 活跃用户数和装机量

活跃用户数：Android 3.0的日均活跃用户数是10152，3.1.3最近一周（7.31-8.4）的周日均活跃用户数是13234，增长了30%

装机量：目前为止，买家APP总装机量是130万。Android 3.0的日均装机量是2324，V3.1.3最近一周的周日均装机量是2933，增长了26%

从这两个数字的增量可以看出，相较3.0，3.1所做的版本优化在拉动日活及装机量上的效果还是比较明显的。

三．用户行为分析

- ① 数据选取
- ② 人均使用情况
- ③ 用户常用页面行为分析

① 数据选取

数据来源：无线数读

时间范围：2014.5.6 – 2014.7.29

版本信息：Android 3.1.1 & 3.1.0 & 3.0.1

② 人均使用情况

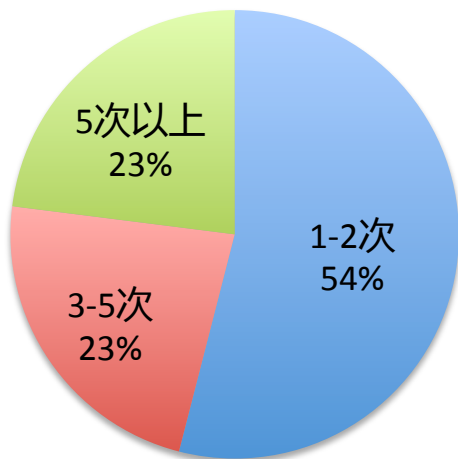
启动次数：人均每日启动次数提高到**10次**（上次4.3次）

使用时长：人均每次平均使用时长是59秒（上次1分40秒）

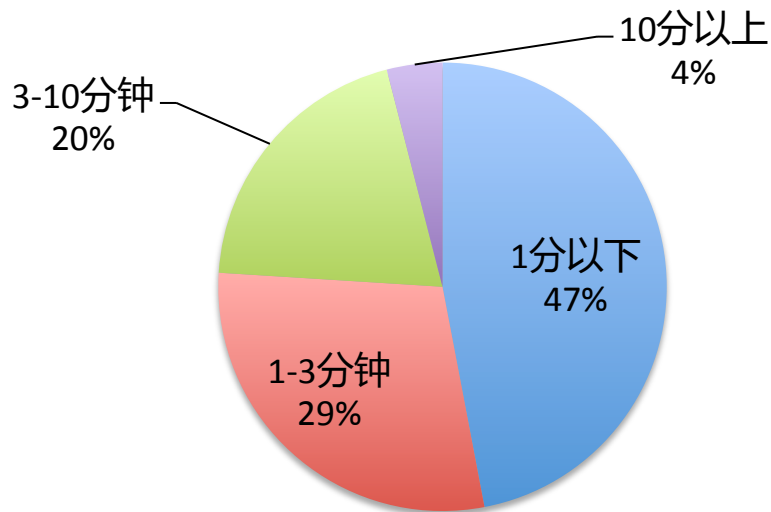
人均每日平均使用时长是10分58秒（上次8分6秒）

较之前的统计情况，可以看出用户每天更频繁的使用SC APP了，且每次使用较长时间（3分钟以上）的用户比率占到1/4。

APP人均每日启动次数



人均每次使用APP时长



③ 用户常用页面行为分析

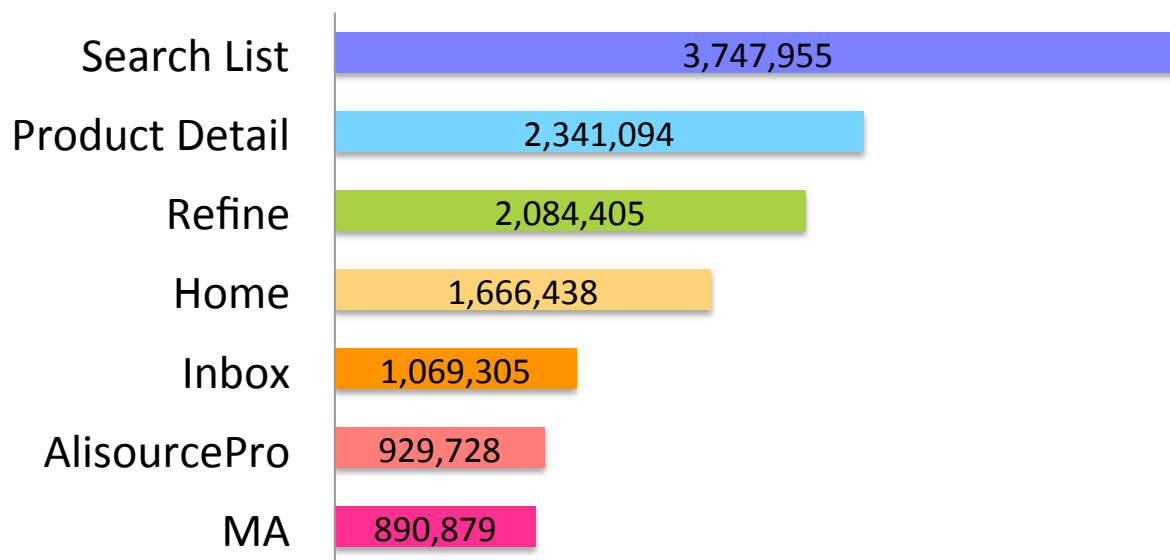
- 访问次数最多的页面 TOP5

Search List > Product Detail > Refine > Home > Inbox

常用页面的排名和之前的统计几乎没有差别，可看出用户最常用的是商品查看及询盘页面，因此这些常用功能需持续优化。和iOS版相比，Android用户更常用Refine来过滤商品，更常用询盘而不是ATM。

新上线的AliSourcePro频道访问量也比较大，排名第6，且占到首页日活的27%（3.1.3发布一周统计）。

访问次数最多的页面

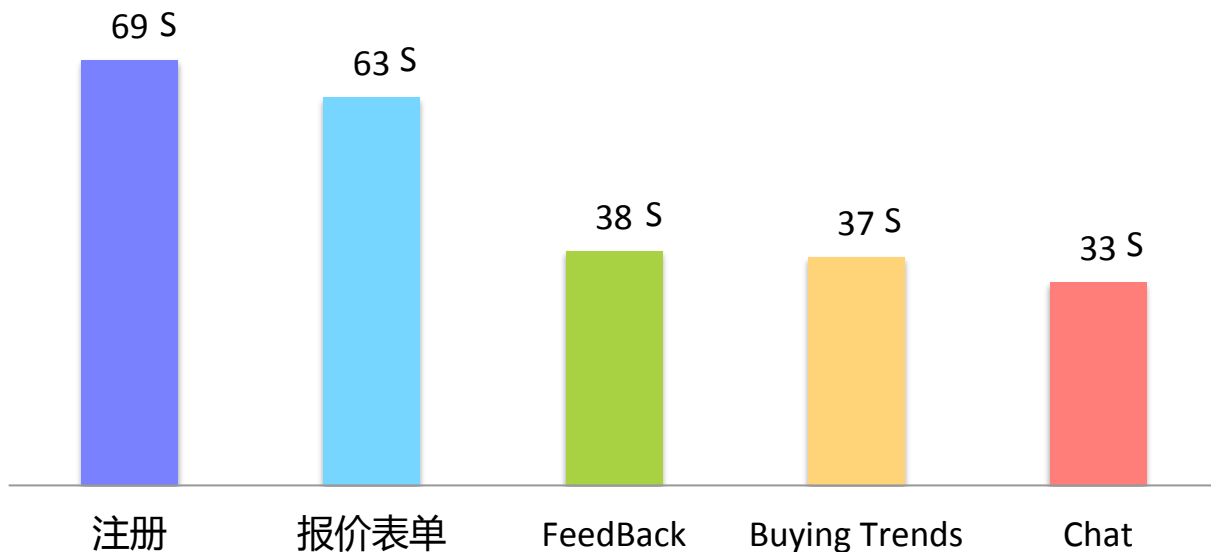


- 平均单次停留时间（按秒统计）最长页面 TOP5

注册 > 报价表单 > Feedback > Buying Trends > Chat

可看出用户单次停留时间最长的页面主要是填写表单的页面。其中比较意外的是排名第4的Buying Trends，此页仅展示了几个市场数据，但是用户却愿意花半分多的时间停留在此页，推测是在看动态展示的采购信息，但不是很清楚原因，因此此数据需持续观察，并且可能需要结合用研以便了解用户的意图。

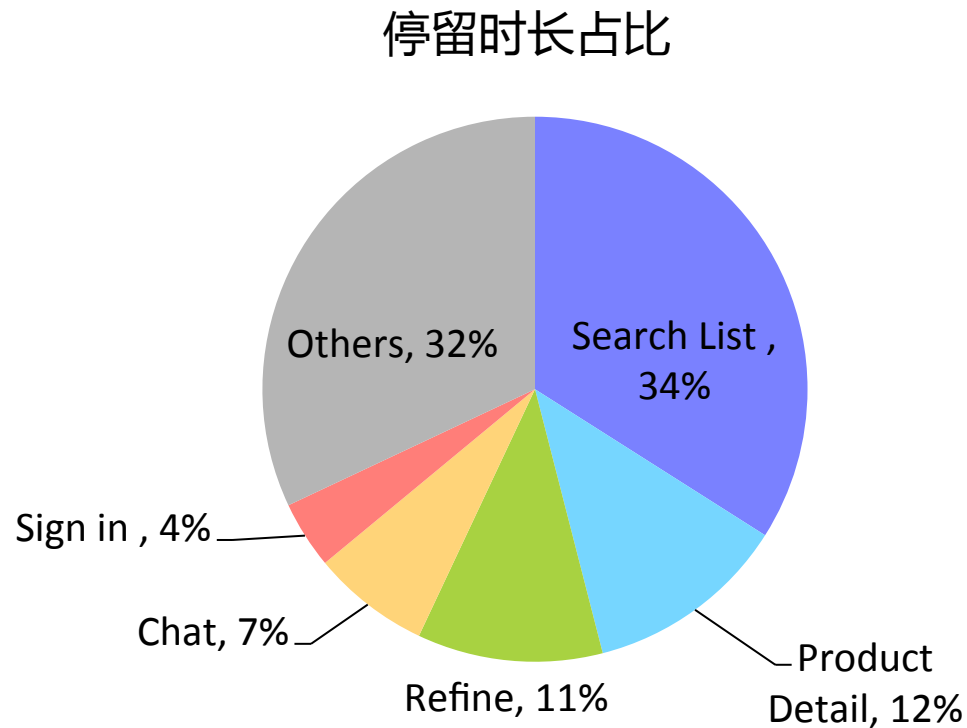
单次停留时长



- 停留时间占比最多的页面 TOP5

Product List > Product > Refine > Chat > Sign in

可看出用户使用时间最长的是商品查看和聊天页面。

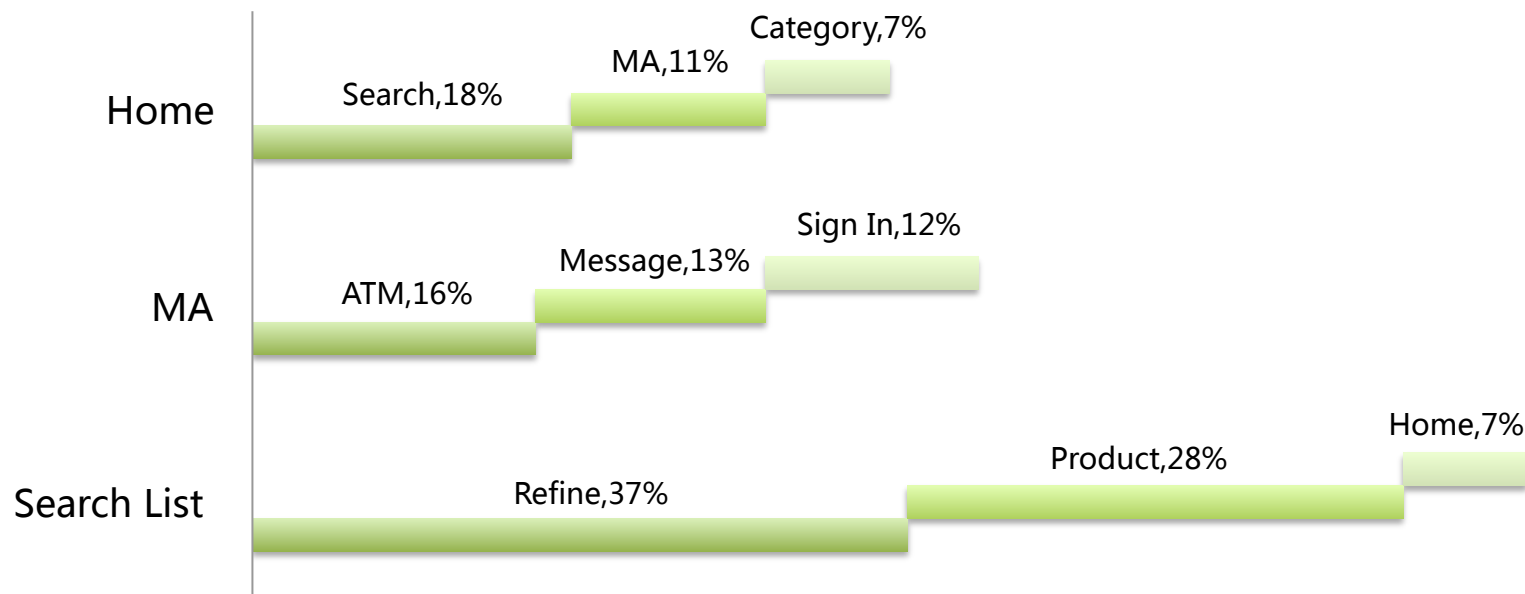


- 重要页面访问路径

从Home主要跳转到（按照跳转占比从高到低排列）：Search > MA > Category

从MA主要跳转到：ATM > Message > Sign In

从Search List主要跳转到：Refine > Product > Home



- 重要页面控件点击率

Home页面控件点击率(按照点击率从高到低排列)：

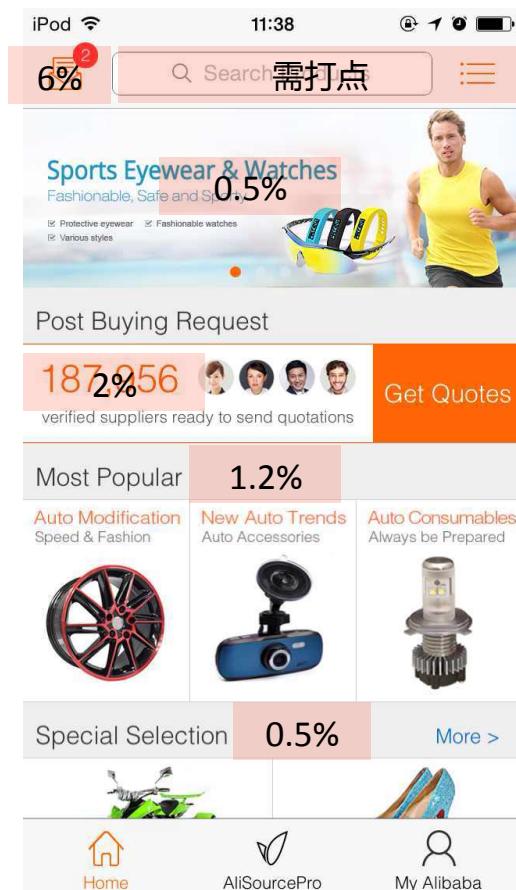
Message Box > RFQ > Most Popular > Special Selection > Banner

Product页面控件点击率：

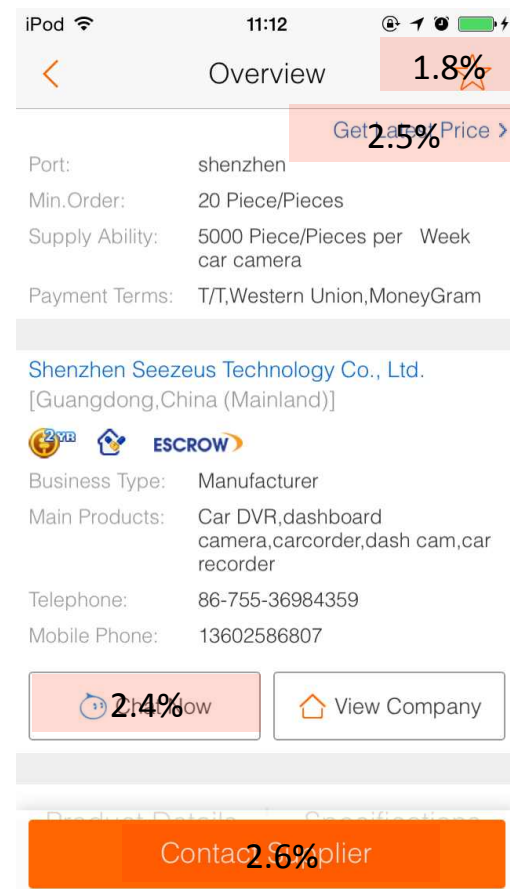
Contact > Company Profile (两个入口加起来共2.6%) > Get Latest Price > ATM > Favorite

需要注意的是(1) Home页的Search和Category打点缺失，需要补上。Product Detail页面有两个入口可以查看Company Profile，但是没有分别打点，建议补上，以便确认用户更习惯从哪里进入。(2) 3.0版本中RFQ在Home页面的点击率约1%，3.1提升到2%。

Home页点击率



Product页点击率



四．总结

1、用户反馈的问题中，3.0版本的主要问题是Bug，其中大部分是APP或ATM登录不了，不过已在3.1中修复

需求类问题中用户主要想要：修改帐户、密码找回、采购需求被拒原因、支持多语言、提供汇率转换、卖家想销售商品。

另外在所有问题中占比最高的是投诉类问题，基本都是投诉卖家诈骗的，对于这部分问题，可考虑优化问题分类的人口，将投诉类问题直接放入客服的系统中，以便当用户遇到诈骗的时候能有专人及时跟进解决。另外需要考虑的是如何让买家尽量少接触到诚信有问题的卖家，一个想法是通过后台算法将被投诉过的卖家尽量排在后面或屏蔽掉。

体验类问题中用户反馈的有：APP更新太频繁、聊天功能不好用、类目不全。

本次统计增加了一个新的分类：广告，主要是发现很多卖家会通过SC App发布广告，介绍自己的业务、留下联系方式等。产生此现象的主要原因是有很多卖家也安装了App。后面会持续观察这个现象，如果持续高比例存在的话，看是否可考虑满足卖家这方面的诉求。

2、3.1中的Bug类问题有所减少，但还是有用户反馈不能注册（提示邮箱被占用）、不能登录、收不到供应商发来的报价、无法进入Message、Crash、ATM不能用、不能发Message等问题。

需求类成为主要的问题，用户比较关心的需求有：采购需求被拒原因、修改帐户、密码找回、ATM可以加载历史消息、分享产品、APP为什么要求多种访问权限、优化询盘、ATM联系人的在线状态。

体验类问题中有用户反馈：被告知不能报价但未给出解决办法

另外在所有问题中占比最高的仍是投诉类问题，基本都是投诉卖家诈骗的，还有一些用户咨询采购、付款、物流或卖家信誉等方面的问题。

广告类问题仍高比例存在。

- 3、3.1上线后，较3.0版本，APP 日活提高了30%，日均装机量提高了26%，首页RFQ日活从4%提高到6%。
- 4、Android App人均每日启动次数提高到10次，较之前的使用情况（人均每日4.3次），用户现在每天更频繁的使用SC APP了，且每次使用较长时间（3分钟以上）的用户比率占到1/4。

谢谢查阅，如有建议或疑问欢迎提给我
ziqui.hezq@alibaba-inc.com !