

无线用户之声

SC APP iOS 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 评星用户国家分布
- ④ 用户反馈问题汇总

① 数据选取

数据来源：AppBot&主站反馈

时间范围：2014.5.6 – 2014.7.29

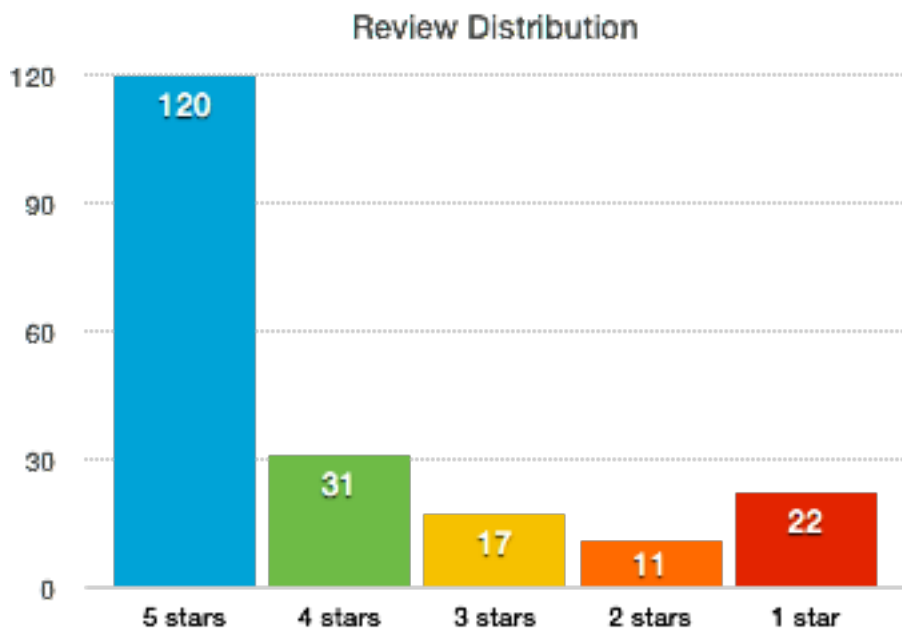
版本信息：iOS 3.1.0 & 3.1.1 & 3.1.2 & 3.1.3
& 3.0.1 & 3.0.2

② 整体评星概览

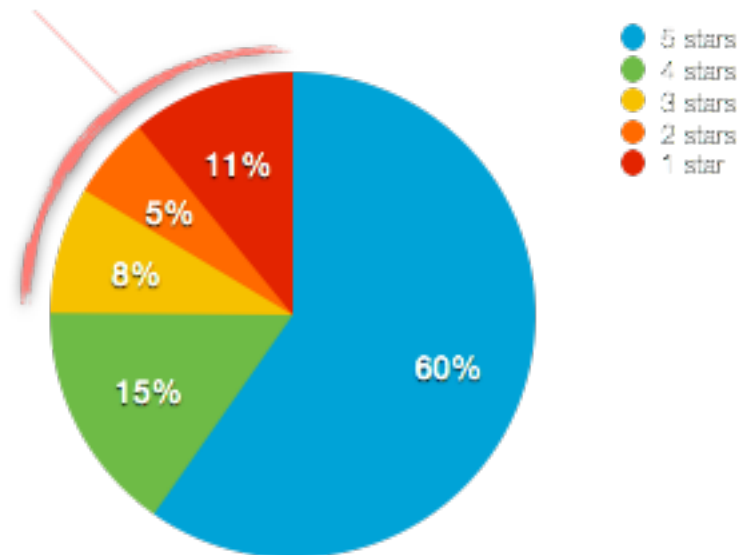
SC APP iOS 评星等级分布

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）App Store里的全球用户共评星**201**次，其中1星22次，2星11次，3星17次，4星31次，5星120次，从评论分布可看出差评（3星及以下）占全部评论的**24%**。

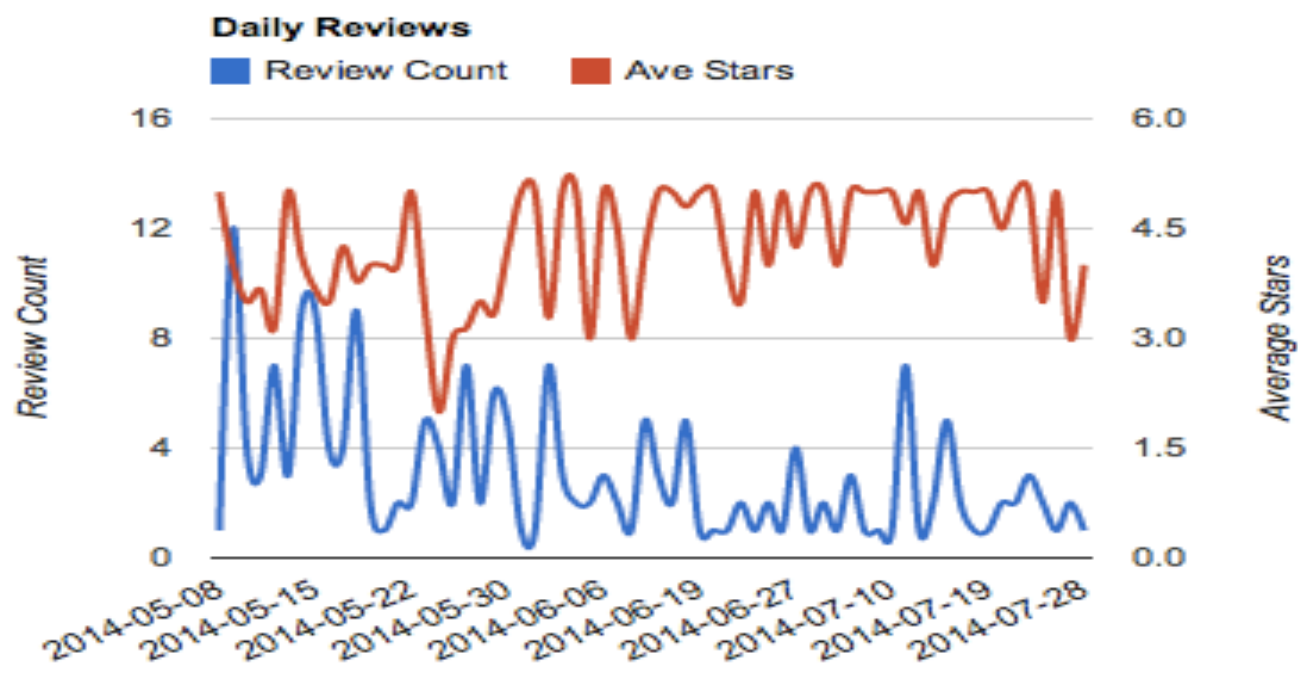
平均星级是**3.9**，和上次评分一样。



差评（3星及以下）约占**1/4**



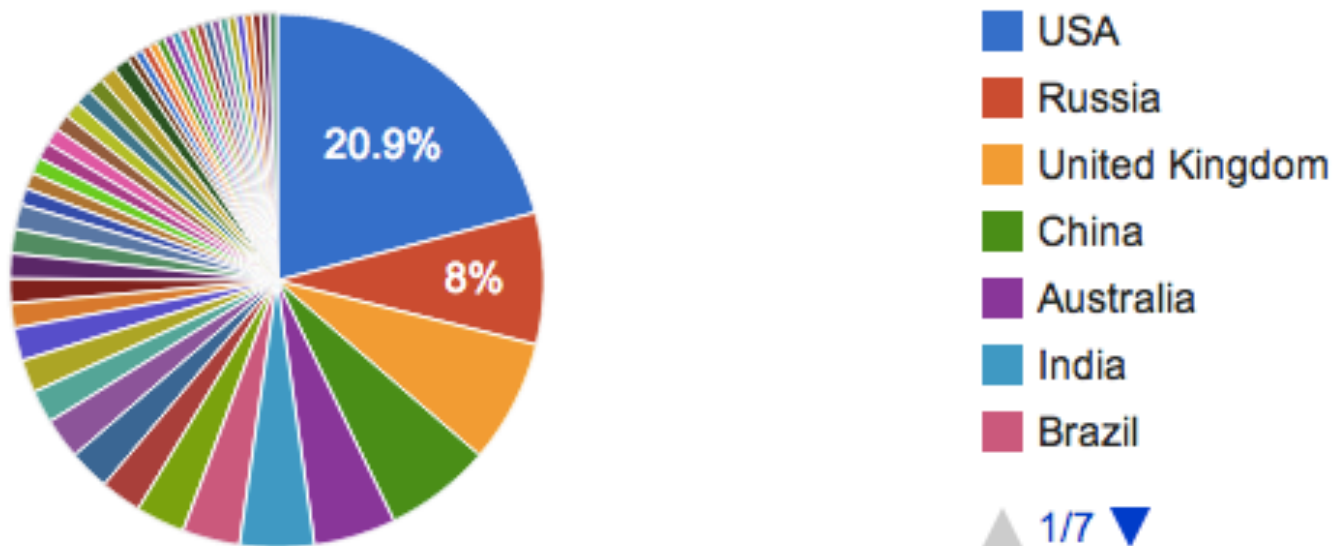
SC APP iOS 每日评星分布



③ 评星用户国家分布

统计时间内，美国、俄罗斯、英国、中国、澳大利亚五个国家的用户最关注SC APP iOS。其中美国用户仍最多，占整体评星数的21%，俄罗斯和澳大利亚用户活跃度有所增高（这两个国家上次的排名分别是第5和第8）。

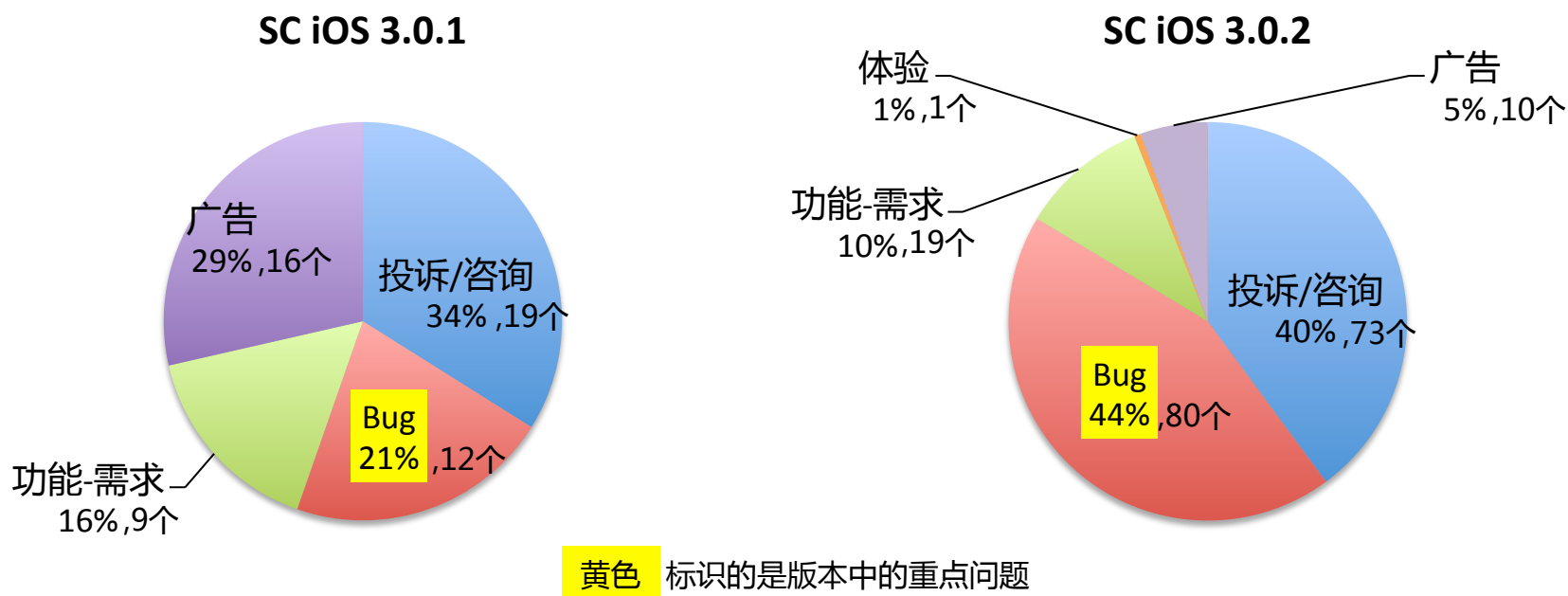
Reviews Per Country



④ 用户反馈问题汇总

统计时间内，SC APP iOS 收到了来自全球49个国家用户的反馈，经过整理剔除称赞或内容无效的评论，共筛选出**302**个产品使用方面的问题（其中来自App Store的有42条，来自主站反馈的有260 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：



④ 用户反馈问题汇总

V3.0.1 (共56个问题)

Bug类问题 (21% , 12个) 中用户反馈最多的是Crash、TradeManager不能登录、TradeManager未编辑完的信息丢失 (这些问题已在3.1.3中修复, 可忽略)。

需求类问题 (16% , 9个) 中用户比较关心的是: 采购需求被拒原因、修改帐户信息、密码找回、搜索时可设置MOQ。

投诉/咨询类问题 (34% , 19个) 的占比是最高的, 投诉最多的是没收到货。

广告 (29% , 16个) 类问题主要是一些卖家发广告。

V3.0.2 (共183个问题)

Bug类问题 (44% , 80个) 中用户反馈最多的是ATM登录不了 (已修复)。

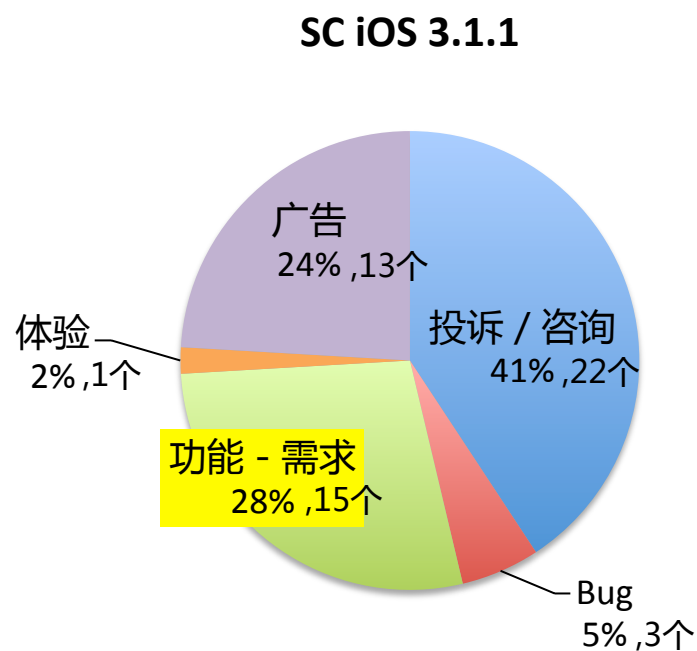
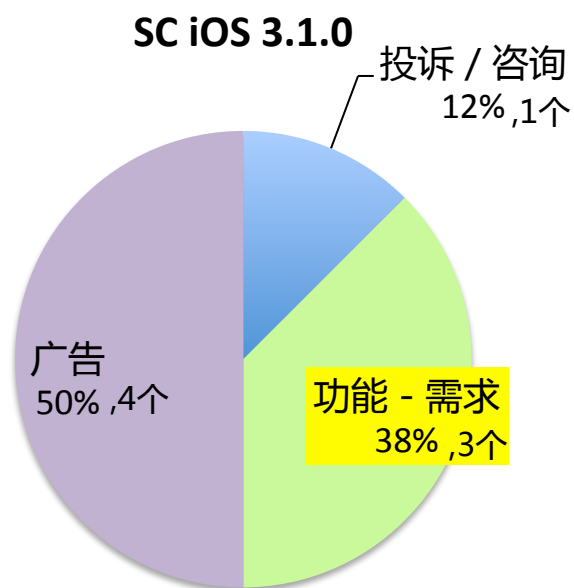
需求类问题 (10% , 19个) 中用户比较关心的是: 修改帐户信息、看卖家店铺、搜索时可设置MOQ、pad版及支持俄语。

体验类问题 (1% , 1个) 中用户反馈是回复邮件时不能换行 (已修复)。

投诉/咨询类问题 (40% , 73个) 的占比也是最高的, 投诉最多的是卖家欺诈, 货没收到或有问题等。

广告 (5% , 10个) 类问题主要是一些卖家发广告。

④ 用户反馈问题汇总



黄色 标识的是版本中的重点问题

④ 用户反馈问题汇总

V3.1.0 (共8个)

Bug类问题：没有用户反馈Bug问题。

需求类问题 (38%, 3个) 中用户提到的有：修改帐户信息、采购需求被拒原因、删除聊天记录。

广告 (50%, 4个) 类问题主要是一些卖家发广告。

V3.1.1 (共54个)

Bug类问题 (5%, 3个) 中用户反馈最多的是不能登录。

需求类问题 (28%, 15个) 中用户比较关心的是：修改帐户信息、采购需求被拒原因、删除聊天记录、删除已发布的采购需求。

体验类问题 (2%, 1个) 中用户反馈是搜索筛选难用。

投诉/咨询类问题 (41%, 22个) 的占比最高，投诉最多的是卖家欺诈、没收到货。

广告 (24%, 13个) 类问题主要是一些卖家发广告。

V3.1.3 (共1个)

需求类问题 (1个)：想看卖家店铺。

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 活跃用户数和装机量

① 数据选取

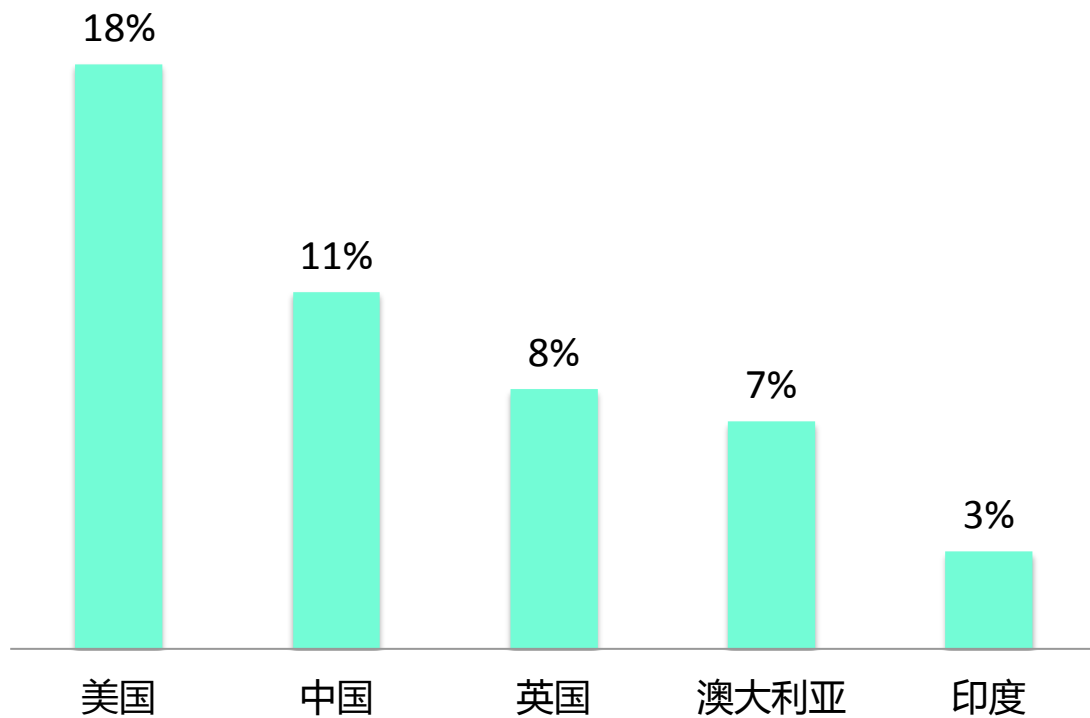
数据来源：无线数读

时间范围：2014.5.6 – 2014.7.29

版本信息：iOS 3.1.0 & 3.1.1 & 3.1.2 & 3.1.3
& 3.0.1 & 3.0.2

② 地域分布

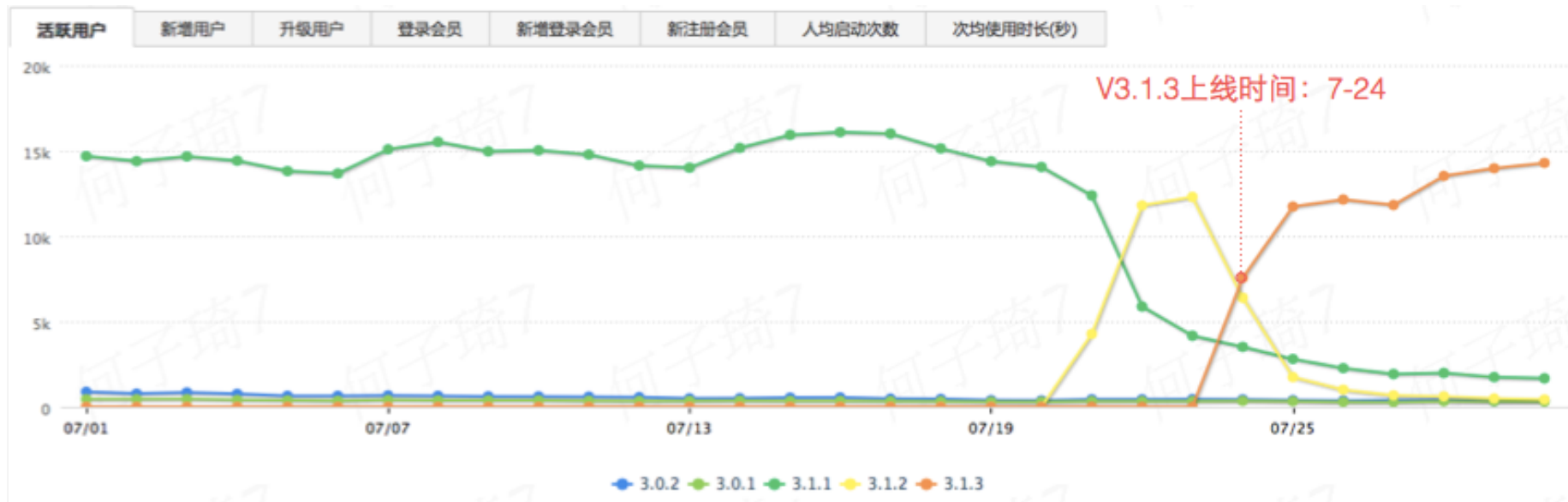
美国、中国、英国三个国家的用户仍是最活跃的
一般来说活跃度较高的国家的用户评论数也较多。



④ 版本分布

从下面的版本分布图可以看出用户升级App 的速度非常快，V3.1.3在7月24日上线，从第二天开始V3.1.3的使用量已经超过V3.1.2。

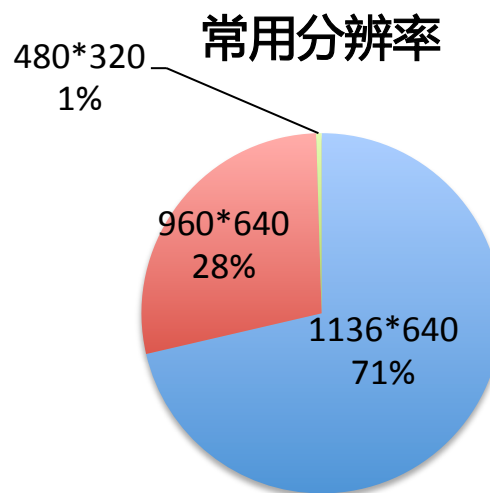
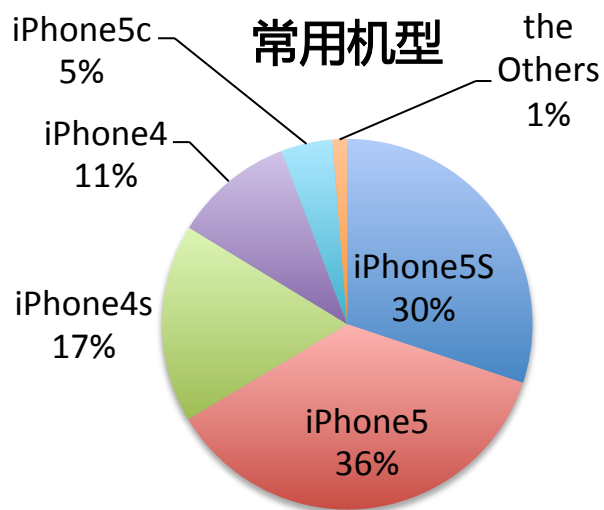
现在有超过80%的用户使用V3.1.3，将近15%的用户在使用其他V3.0以上版本。



⑤ 终端和网络

最常用的机型：iPhone5、iPhone5S、iPhone 4S和iPhone4

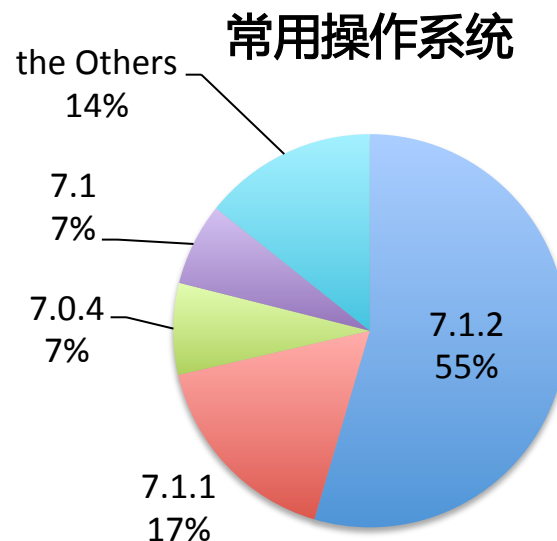
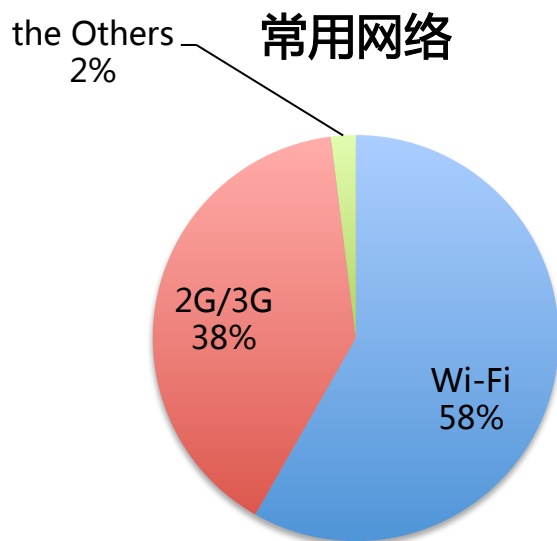
最常用的分辨率：1136*640和960*640



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2G/3G，比例约6：4

操作系统版本：有将近80%用户正在使用iOS 7.1及以上系统



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：3.0的日均活跃用户数是16764人，3.1.3最近一周的周日均活跃用户数是18342，增长了9.4%

装机量：目前为止，买家APP总装机量是130万。3.0的日均装机量是1034，V3.1.3最近一周的周日均装机量是1504增长了，45.5%。

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：iOS 3.1.0 & 3.1.1 & 3.1.2 & 3.1.3
& 3.0.1 & 3.0.2

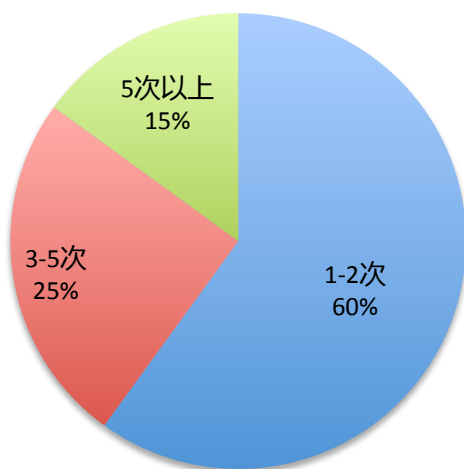
② 人均使用情况

启动次数：人均每日启动次数是4.3次

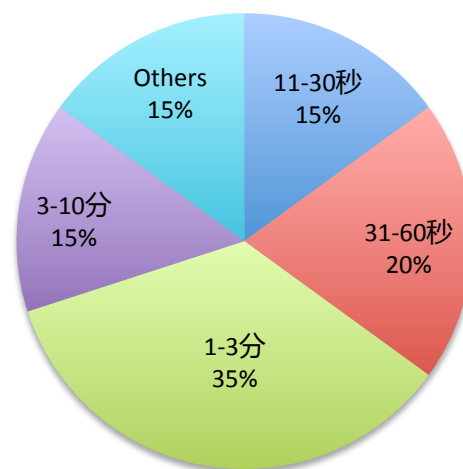
使用时长：人均每次平均使用时长是1分40秒

人均每日平均使用时长是8分6秒

APP人均每日启动次数



人均每次使用APP时长



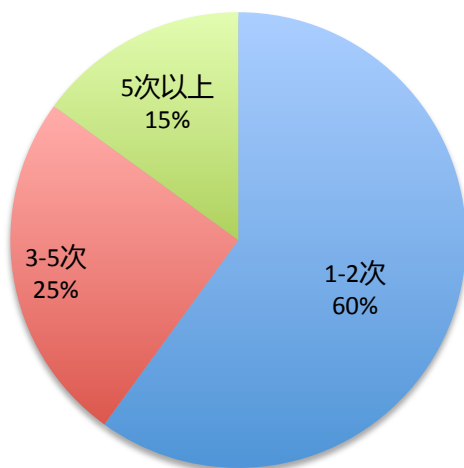
② 人均使用情况

启动次数：人均每日启动次数是4.3次

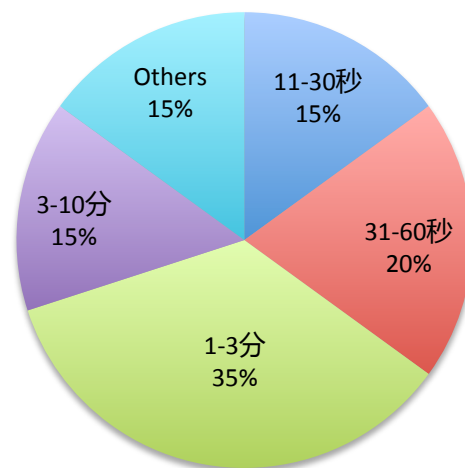
使用时长：人均每次使用时长的范围是1分40秒

人均每日使用时长的范围是8分6秒

APP人均每日启动次数



人均每次使用APP时长



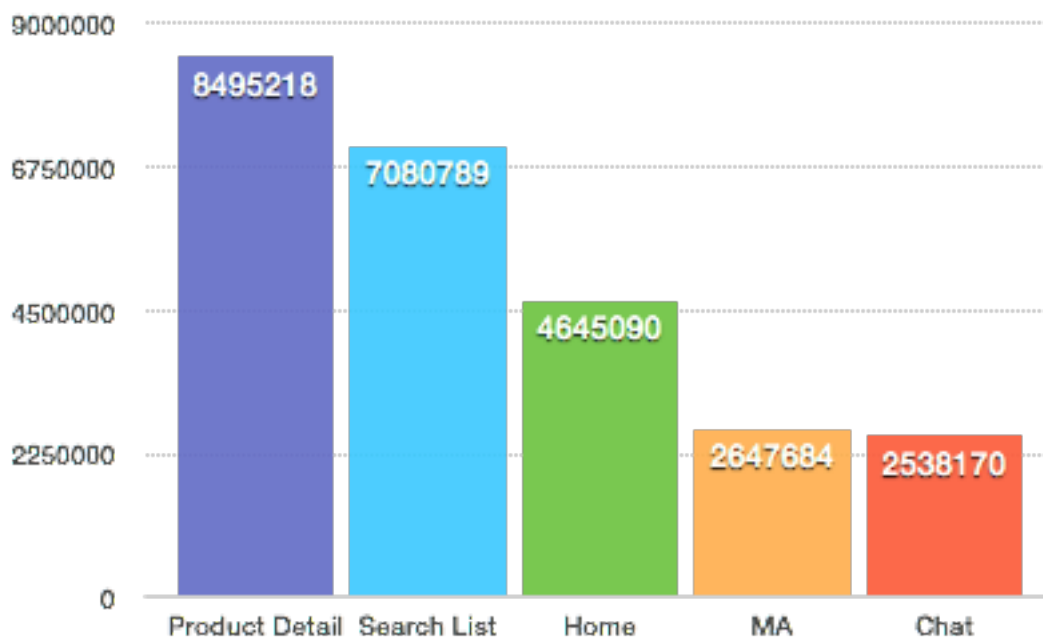
③ 用户常用页面行为分析

- 访问次数最多的页面 TOP5

Product Detail > Search List > Home > MA > Chat

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仍是商品查看及通信页面，因此这些常用功能需持续优化。

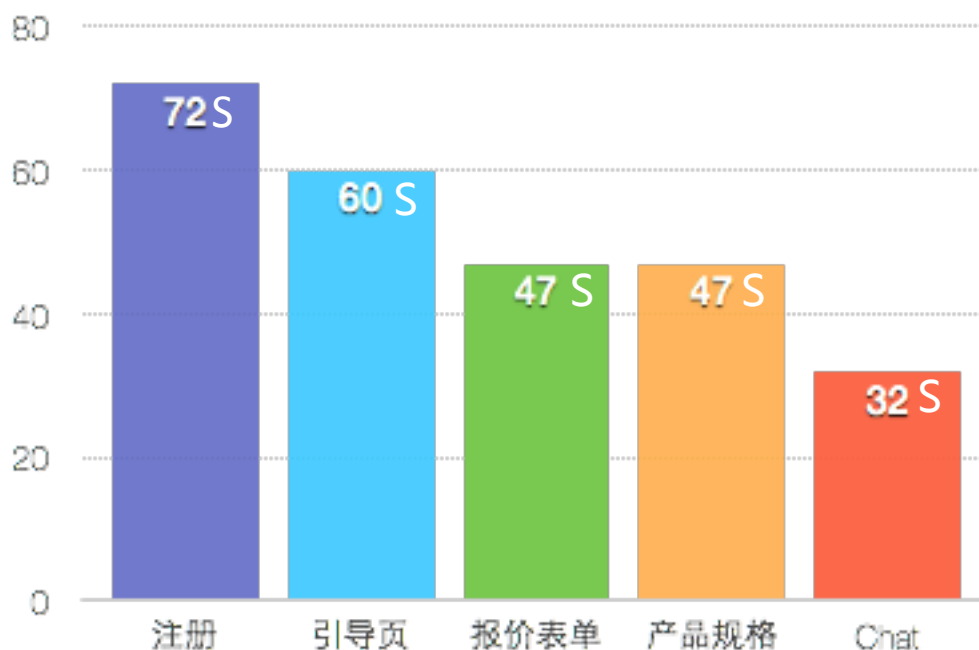
新上线的AliSourcePro频道访问量也比较大，约占首页日活的19%（3.1.3发布一周统计）。



- 平均单次停留时间（按秒统计）最长页面 TOP5

注册 > 启动页 > 报价表单 > 产品规格 > Chat

本次统计的Top3都是新页面。（1）其中排第2的是启动页，这和大家印象中的用户会快速掠过启动页的想法不太一样，实际上启动页里面是包含快速进入APP的操作按钮的，但是用户没有直接跳过，而愿意花时间来看启动页，说明新版启动页里面是包含用户感兴趣的内容的，有可能是新增的功能特性，或者新的设计风格，或者两者都有。（2）另外有2个是内容较多的表单页面：注册、报价表单，虽然填写表单本身是需要花费较多的，但是也可以进行可用性测试看是否有改进的空间。另外“产品规格”页面的停留时间也很长，说明用户对规格信息是很关注的，而且现在“产品规格”页的适配效果有些问题，比如说默认情况下一些文字和图片显示过大，需要左右拖动才能查看，针对这个点需要想办法优化。

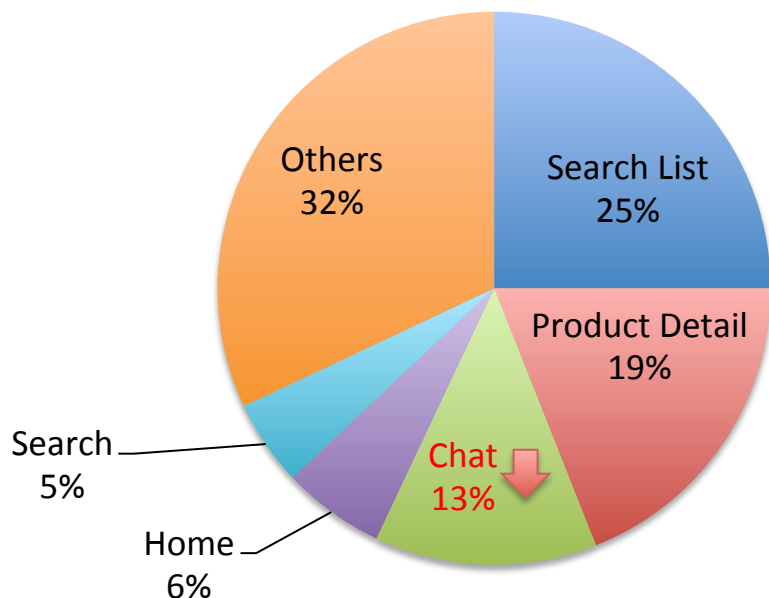


- 停留时间占比最多的页面 TOP5

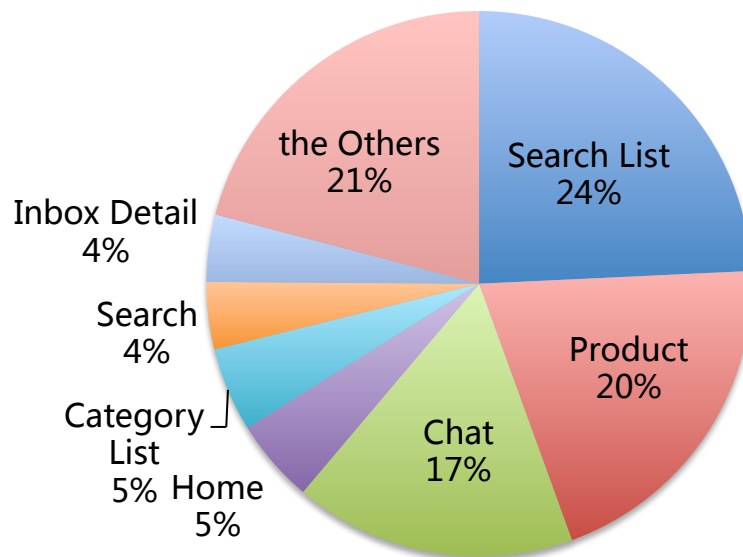
Search List > Product Detail > Chat > Home > Search

本次和上次统计的情况差别不大，其中聊天页面的停留时间占比下降的比较多，可能是因为3.0版本中ATM bug较多的缘故。

本次统计



上次统计



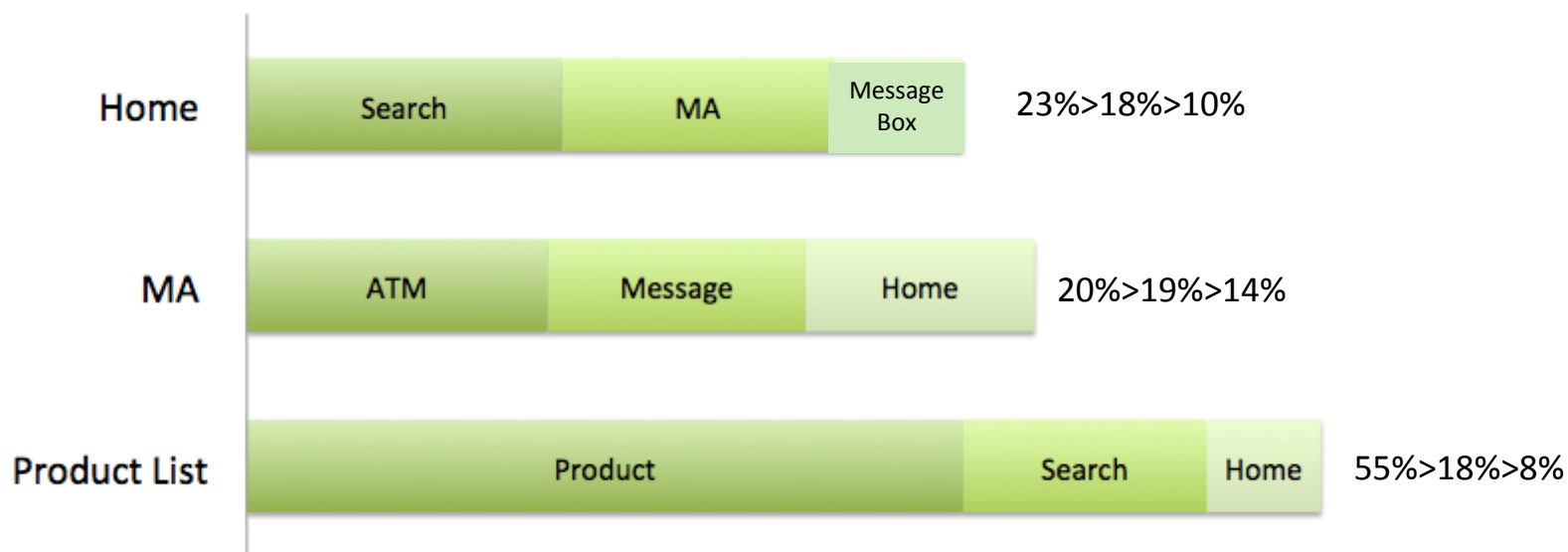
- 重要页面访问路径

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

从MA主要跳转到：ATM > Message > Home

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

本次和上次统计的情况差别不大，但是其中Home页的去向页面，第三由Categories变成Message Box，上次统计的时候Message Box 上线大概两周，当时还明显低于Categories，Message Box 上升的原因可能是因为设计上对Message Box的强化，目的是引导用户看消息的时候都会到这里。Categories下降的原因需要持续观察。

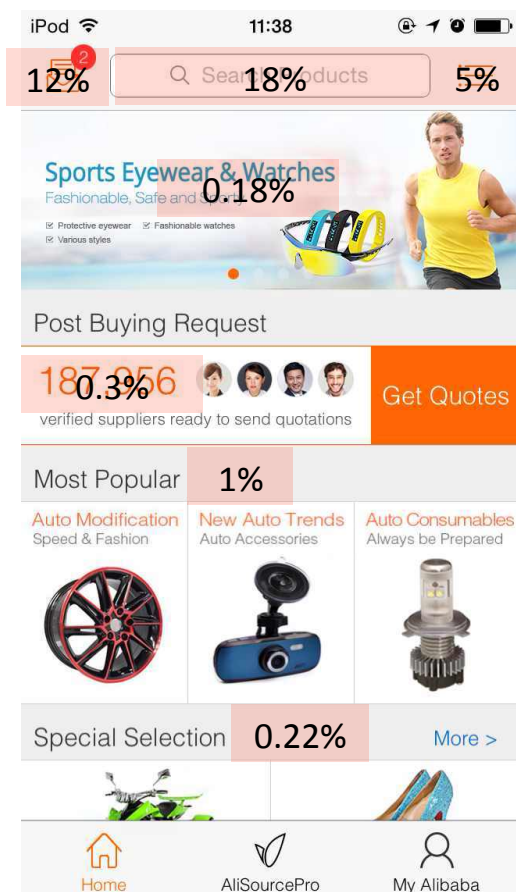


- 重要页面控件点击率

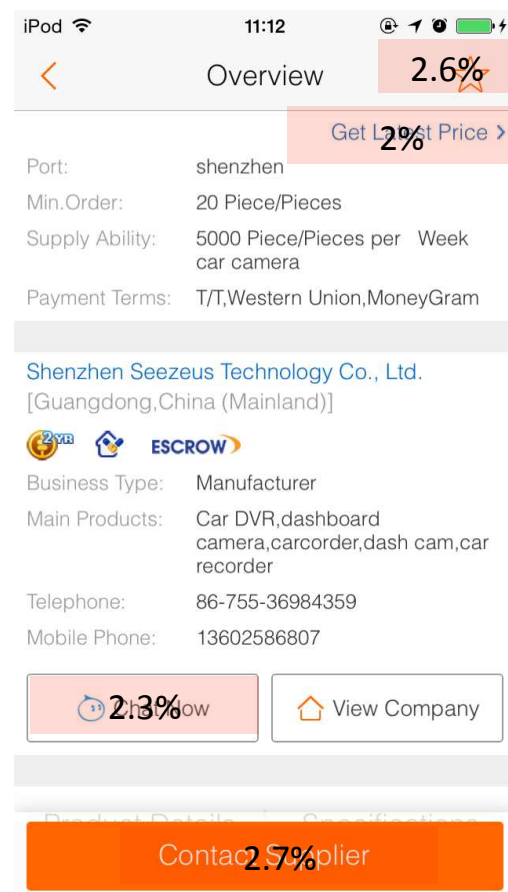
Home页面控件点击率(按照点击率从高到低排列)：Search>Message Box
> Categories>Most Popular>RFQ

Product页面控件点击率：Contact>Favorite>ATM>GLP

Home页点击率



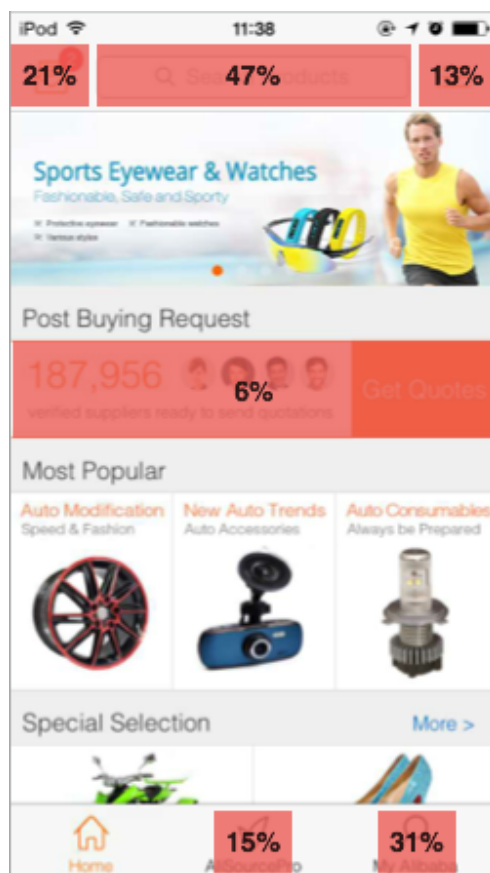
Product页点击率



- 首页日活流向

3.0.0里首页有3.3%的日活流向RFQ，ios3.1.1里同比数据提升到6%，这可能是因为设计上的加强（新按钮样式，增加说明文案）的缘故。

首页日活流向分布（3.1.1上线一周数据）



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：采购需求被拒原因、修改帐户信息。、密码找回、搜索时可设置MOQ、看卖家店铺、pad版及支持俄语

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。

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，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类问题明显减少，只有3.1.1版本中有用户反馈不能登录。

3.1中需求类成为主要的问题，用户比较关心的需求有：修改帐户信息、采购需求被拒原因、删除聊天记录、删除已发布的采购需求、想看卖家店铺
体验类问题中有用户反馈搜索筛选难用，这个会在后续版本中优化。

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。
广告类问题仍高比例存在。

3、V3.1上线后，较3.0版本，APP 日活提高了9.4%，日均装机量提高了45.5%，首页RFQ日活从3%提高到6%。

4、地域分布上，占比最多的仍是美国（约20%），其次是中国和英国，中国用户活跃度较高的原因，是卖家以及中国区的贸易公司在使用。

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