

无线用户之声

SC APP iOS 用户反馈，用户特征及用户行为分析

ICBU-UED-无线 2014-05-06

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
- ⑤ 附录

① 数据选取

数据来源：AppBot&主站反馈&Distimo

时间范围：2014.4.2 – 2014.5.6

版本信息：iOS 3.0.0 & 3.0.1

② 整体评星概览

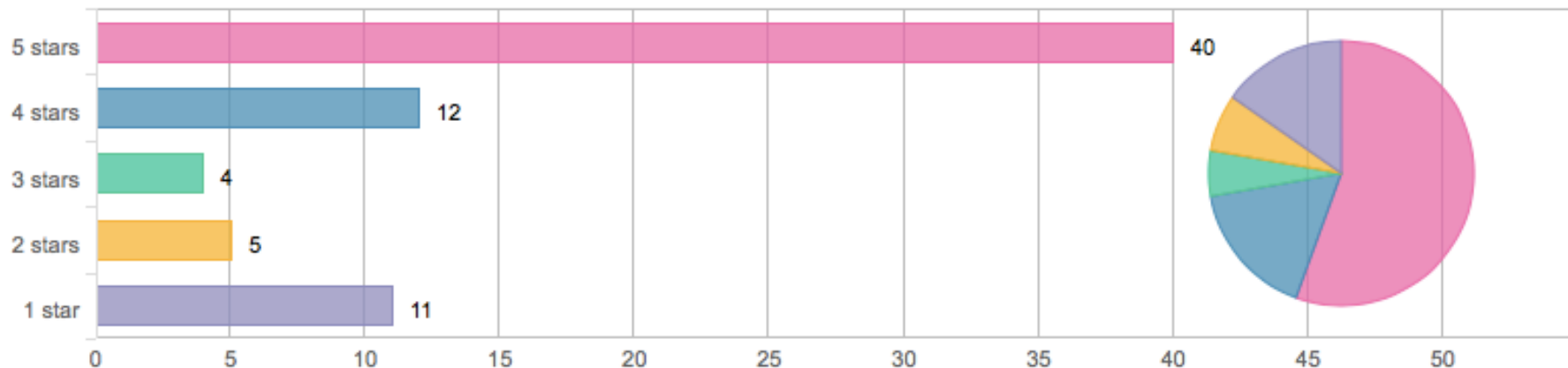
SC APP iOS 评星等级分布

从下面的评星等级分布图可看出，统计时间内（4月2日 - 5月6日）的全球用户共评星72次，其中1星11次，2星5次，3星4次，4星12次，5星40次。总评论数比去年一年的总评论数还高，可能原因是在APP中增加了评星入口。

平均星级是3.9，较上次的平均3.5，整体满意度稍有上升。可能原因是V3.0.0&3.0.1这2个版本全新的设计及加入了新功能。

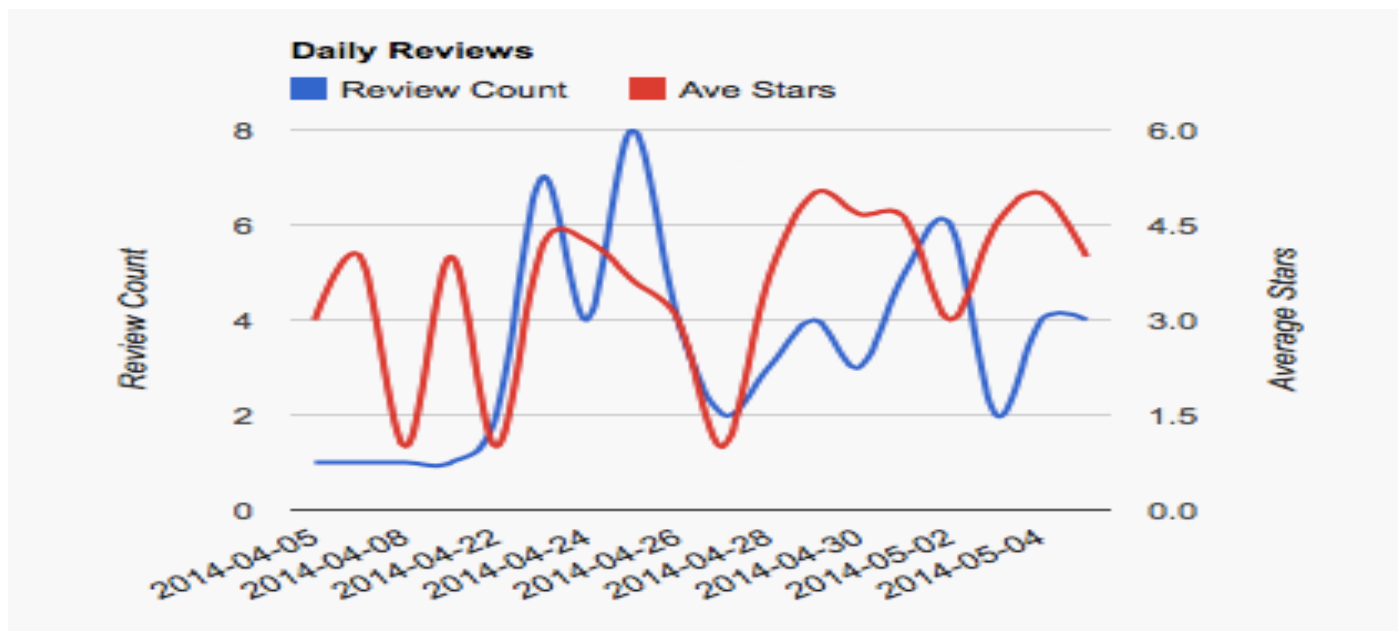
Rating Distribution

This chart shows the rating distribution over all reviews available in Distimo App Analytics, according to your selected filters. The rating filter is excluded.



SC APP iOS 每日评星分布

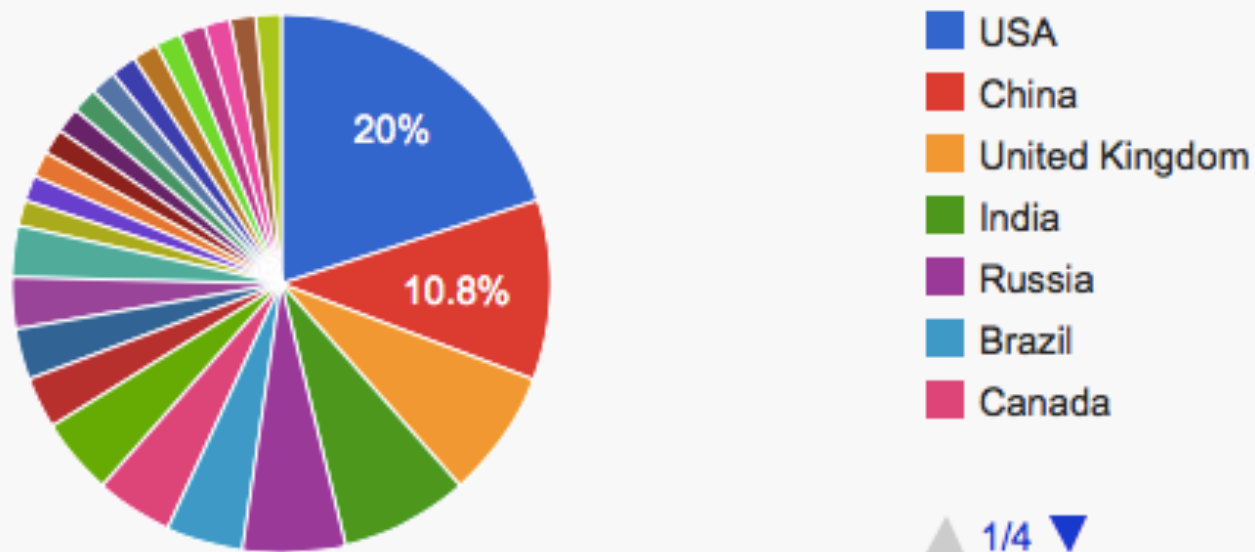
从每日评论数和评分可以看出，4月2日到4月22日这段时间内SC APP的评论数还是很低的，4月21日3.0.1上线之后评论数较之前有所增多，尤其是在上线后的第一周内评论数是最多的，可能是新增的评星入口起到了一定的引导作用。



③ 评星用户国家分布

统计时间内（4月2日 - 5月6日），美国、中国、英国、印度、俄罗斯五个国家的用户最关注SC APP iOS。其中美国用户最多，占整体评星数的20%，印度用户首次进入前5，活跃度增高。

Reviews Per Country



④ 用户反馈问题汇总

统计时间内（4月2日 - 5月6日），SC APP iOS（3.0.0 & 3.0.1）收到来自全球26个国家用户的反馈共190条（其中来自App Store的有72条，来自主站反馈的有118条），经过整理剔除称赞或内容无效的评论，从3.0.0、3.0.1分别筛选出18个、41个产品使用方面的问题，并分别归总成性能、功能、体验、投诉/咨询四大类问题。

V3.0.0

性能类问题（33%）中用户反馈最多的是启动、搜索时闪退的问题。

功能类问题（28%）中用户比较关心的是：看不到采购需求被拒的理由、找产品价格比较麻烦、想了解卖家的信誉。

投诉/咨询类问题（39%）的占比是最高的，投诉最多的是卖家欺诈，收不到货。

V3.0.1

性能类问题（22%）中用户反馈最多的是与ATM相关的功能：登录不了、聊天时当别人发消息过来的时候，自己正在编辑的消息没有了。

功能类问题（27%）中用户反馈最多的是绑定的邮箱不能改、注册时收到的验证邮件失效、看不到采购需求被拒的理由。

体验类问题（4.9%）中用户反馈是回复邮件时不能手动折行。

投诉/咨询类问题（46%）的占比也是最高的，投诉最多的是卖家欺诈，商品不符。

V3.0.0用户反馈问题汇总表

占比	问题类型	问题描述	关联功能	次数
33%	性能	闪退 / 没保存搜索历史记录	启动 / 搜索	4
		ATM Chat页面。别人发消息过来的时候，自己这边还没有写完的消息都不见了	ATM	1
		注册失败	注册	1
28%	功能	不能添加自己的照片	设置	1
		采购需求被拒，但原因不明	RFQ	1
		找产品价格比较复杂	产品列表	1
		想了解卖家的信誉	卖家信息	1
		希望有识别并保存手写文字的功能	输入方式	1
39%	投诉/咨询	投诉卖家 / 没收到货 / 咨询运费、付款方式等	投诉 / 咨询	7

V3.0.1用户反馈问题汇总表

占比	问题类型	问题描述	关联功能	次数
22%	性能	ATM Chat页面。别人发消息过来的时候，自己这边还没有写完的消息都不见了	ATM	2
		不能登录	登录	1
		ATM收不到消息	ATM	1
		ATM登录不进去	ATM	3
		更改密码之后不能发邮件	Message	1
		公司名称改过了，但在手机上仍显示旧的名字	设置	1
27%	功能	想买一些产品，但是联系不上之前的卖家	类似卖家推荐	1
		新帐户邮箱验证失败，收到验证邮件，但链接无效	注册	3
		邮箱不能改	设置	4
		ATM只显示最近聊天记录，不能查看联系人	ATM	1
		采购需求被拒，但原因不明	RFQ	2
4.9%	体验	回复邮件时，不能换行，键盘上显示的是完成键	Message	2
46%	投诉/咨询	投诉卖家 / 商品不符 / 帐户被停用 / 没收到货品 / 咨询运费	投诉 / 咨询	19

⑤ 附录

赞美



Alibaba app

By Gladsien11 from United States about Alibaba iPhone App (version 3.0.0, Apple App Store) on Apr 02, 2014

Great idea to come with an app for it, I've been using the Alibaba web most of time to buy product, now it's so convenient. Thanks!

问题：聊天时，别人发消息过来，自己未输完的消息没有了



Chat system

By LomaPui from Thailand about Alibaba iPhone App (version 3.0.1, Apple App Store) on Apr 22, 2014

Problem about chat system. All message is not typing yet disappears when someone send to us.

二．用户特征分析

- ① 数据选取
- ② 地域分布
- ③ 时段分析
- ④ 版本分布
- ⑤ 终端和网络
- ⑥ 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：2014.4.2 – 2014.5.6

版本信息：iOS 3.0.0&3.0.1

② 地域分布

美国、中国、英国三个国家的用户最活跃

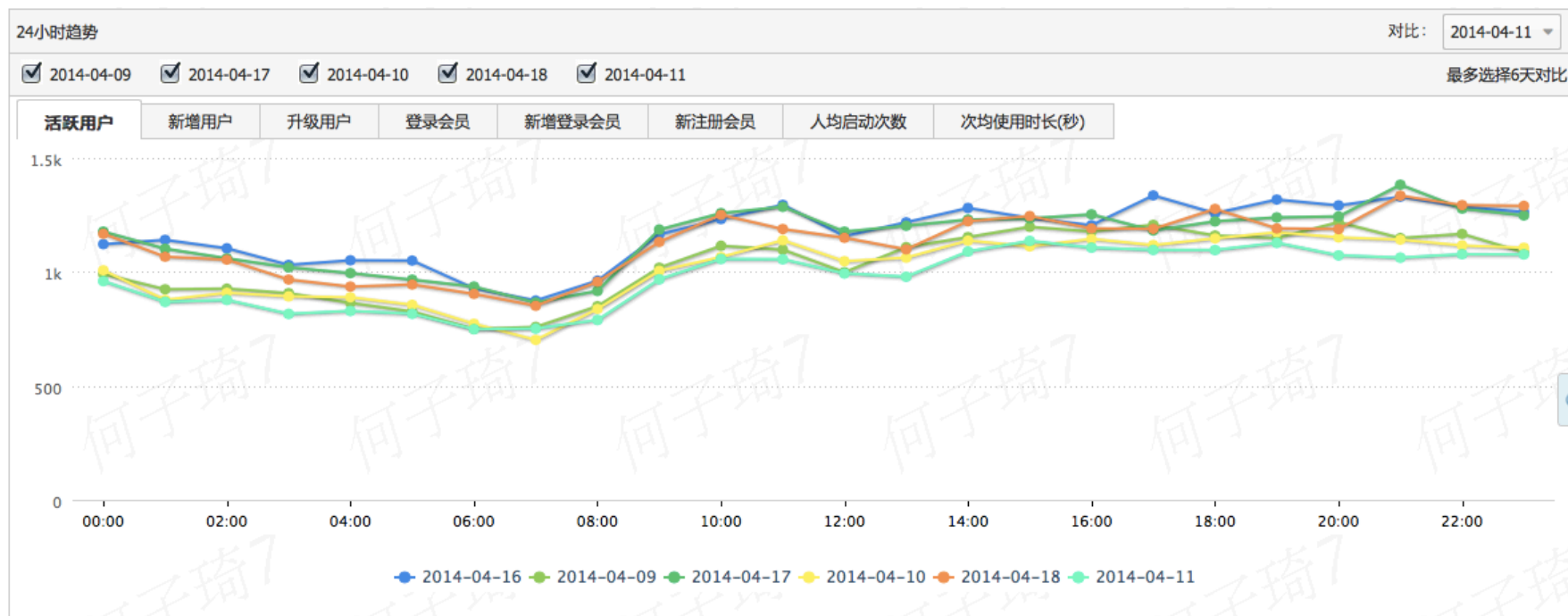
较之前版本的统计情况，中国用户的活跃度有所上升，进入前三。

TOP 10 国家 (地区) 分布

活跃用户						
新增用户						
升级用户						
登录会员						
新增登录会员						
新注册会员						
人均启动次数						
排名	国家			占比	活跃用户	
1	美国				20.40%	3,092
2	中国				8.97%	1,360
3	英国				8.95%	1,356
4	澳大利亚				6.19%	938
5	加拿大				3.50%	530

③ 时段分析

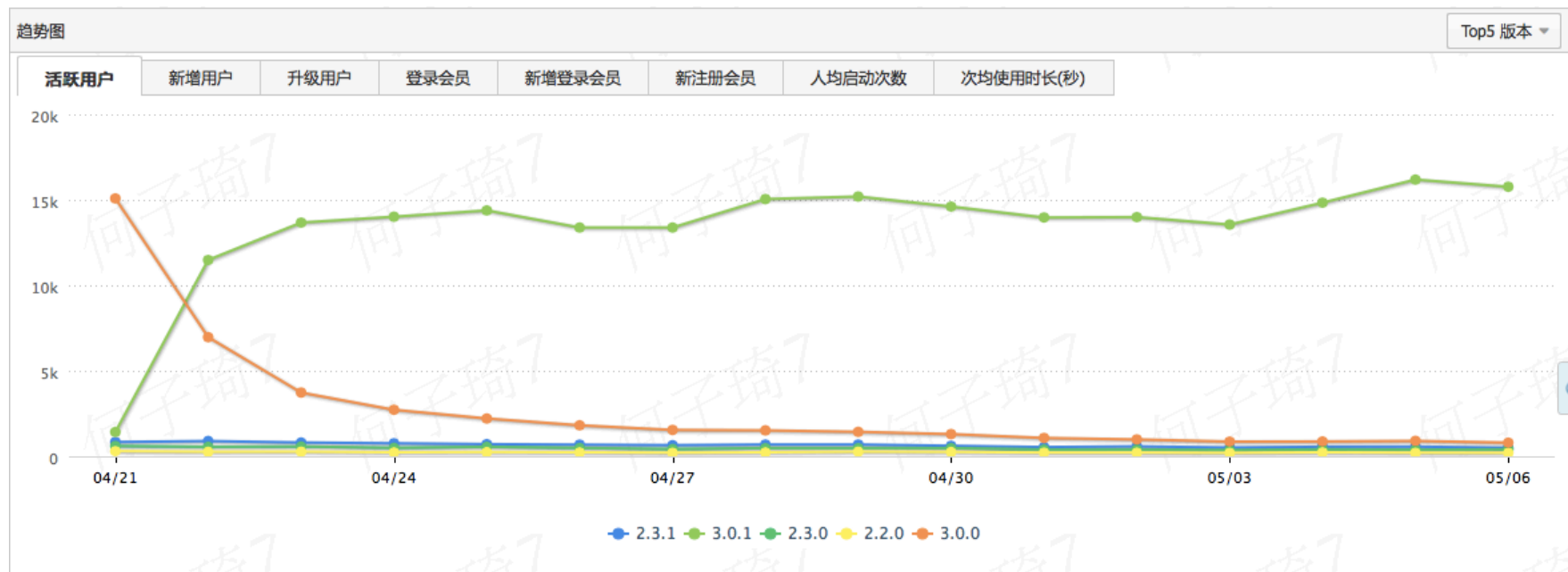
从下面的活跃用户的分布时段可以看出00:00-07:00这个时段的活跃人数逐渐减少，在上午7点达到最低值，上午8点以后活跃用户又开始逐渐增多，相对来说09:00-23:00这个时段的活跃用户数要高于00:00-08:00这个时段。



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，V3.0.1在4月21日上线，从第二天开始V3.0.1的使用量已经超过V3.0.0。

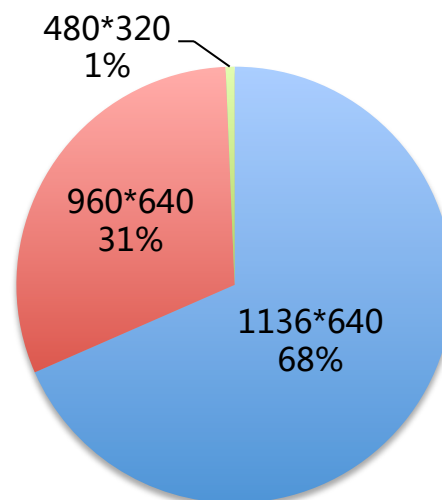
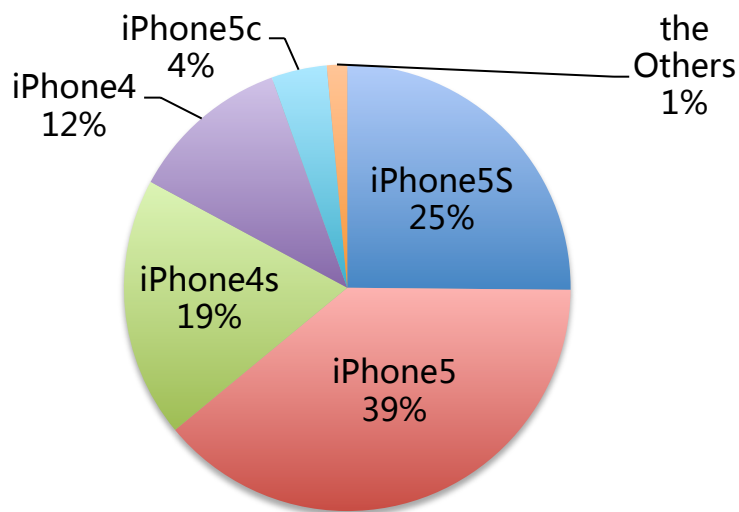
现在有将近90%的用户使用V3.0.1。



⑤ 终端和网络

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

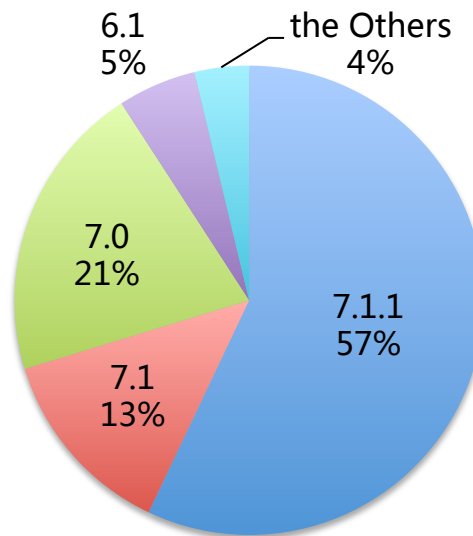
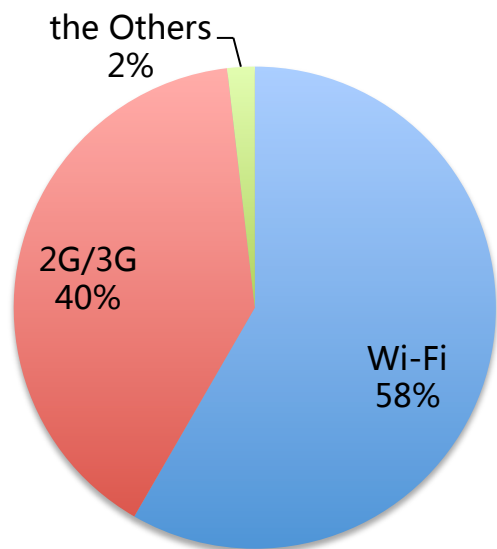
最常用的分辨率：1136*640和960*640



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：已有超过90%的用户正在使用iOS 7.0及以上系统，超过70%用户使用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：V3.0.0和3.0.1上线前的日均活跃用户数是16542，上线后的日均活跃用户数16764人，增长了1.3%

装机量：V3.0.0和3.0.1上线前的日均装机量是971，上线后的日均装机量是1034，增长了6.5%

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：2014.4.2 – 2014.5.6

版本信息：iOS 3.0.0&3.0.1

② 人均使用情况

启动次数：人均每日启动次数的范围是3.8次 - 5.4次

使用时长：人均每次使用时长的范围是1分31秒 - 1分51秒

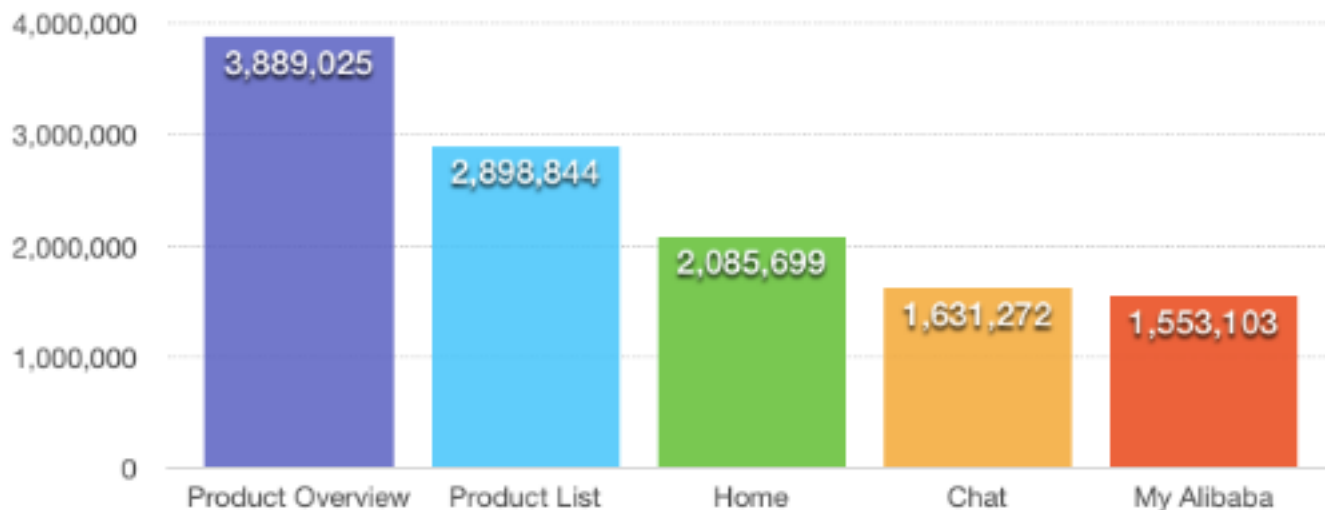
人均每日使用时长的范围是7分13秒 - 8分49秒

③ 用户常用页面行为分析

- 访问次数最多的页面 TOP5

Product Overview > Product List > Home > Chat > My Alibaba

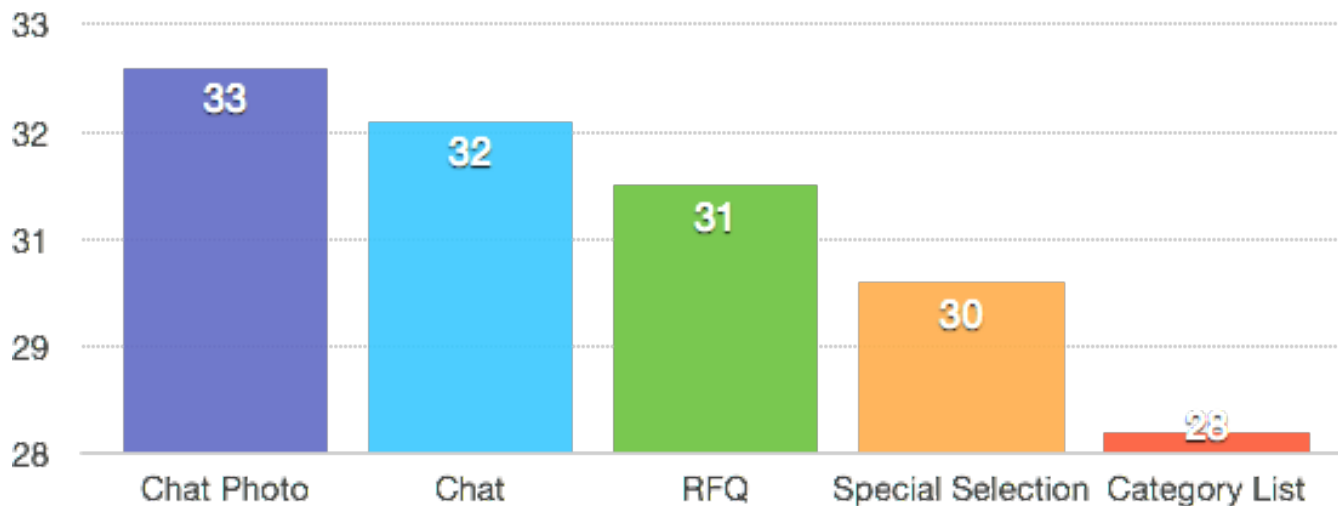
可看出用户最常用的仍是商品查看及通信页面。较之前版本的统计情况，Home页的访问排名升高，可能原因是新首页的运营模块贡献了一定访问量。



- 平均单次停留时间（按秒统计）最长页面 TOP5

Chat Photo > Chat > RFQ > Special Selection > Category List

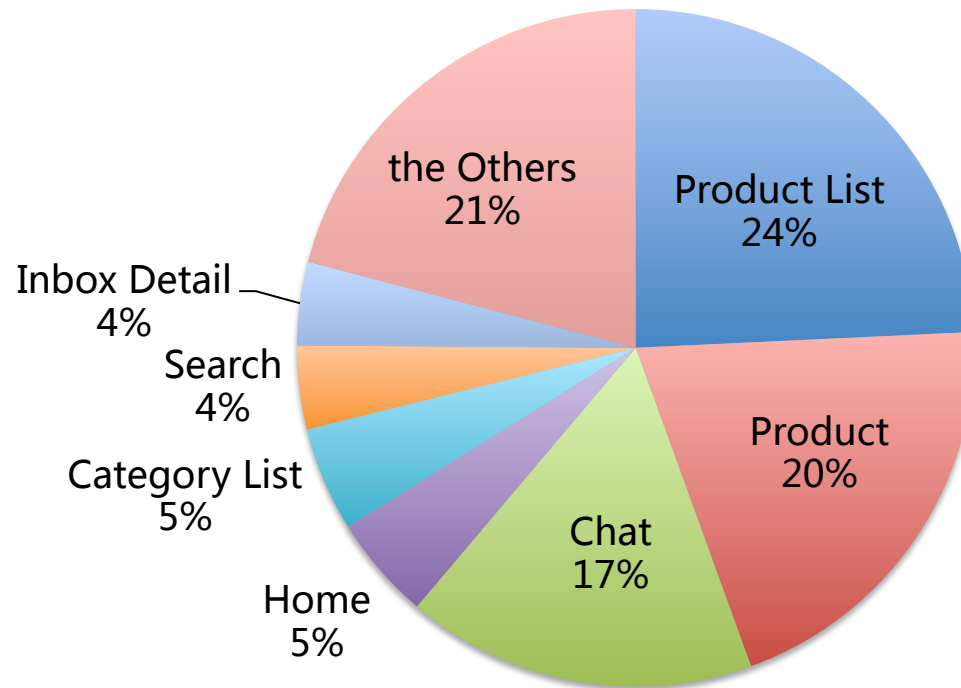
可看出用户单次停留时间最长的页面仍是聊天和RFQ页面。在Special Selection和Category List 页面停留的时间也比较长，结合点击率情况分析，可能原因是这两个页面的筛选能力较弱，用户想要找到合适的产品比较困难，所以花费的时间比较久。



- 停留时间占比最多的页面 TOP5

Product List > Product > Chat > Home > Category List

可看出用户使用时间最长的是商品查看、聊天和首页。

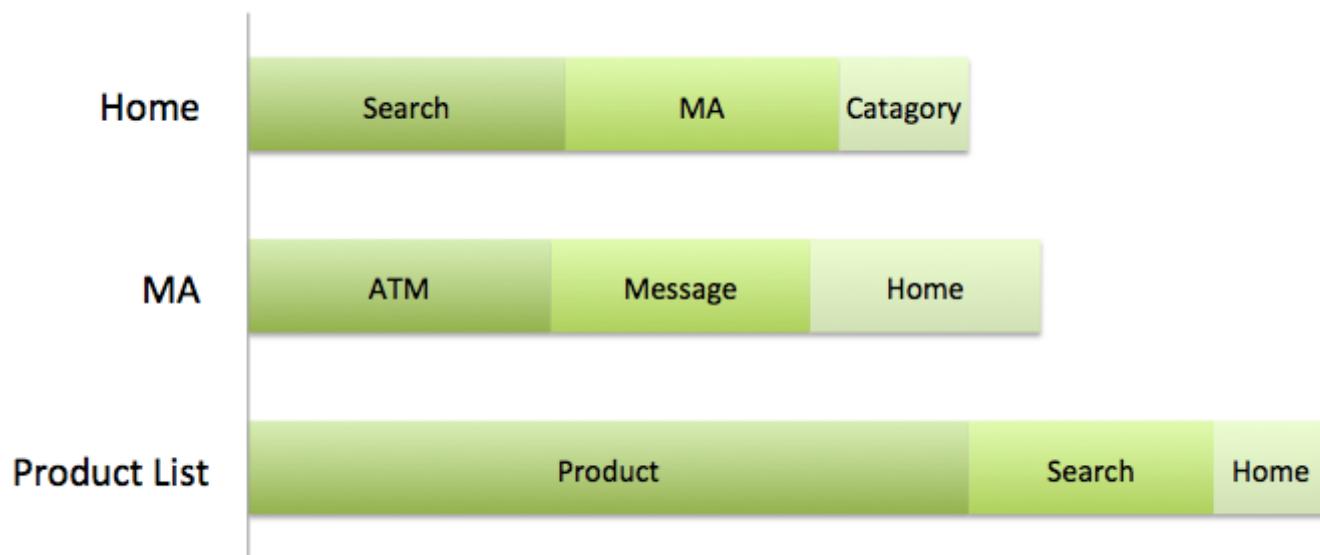


- 重要页面访问路径

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 > Home

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



备注：因无线数读只提供点击率的单日数据，以上点击率情况是根据单日数值粗略统计得出，个别时间点可能存在差异

- 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)：Most Popular>Latest Trends>Special Selection>RFQ

Product页面控件点击率：Get Latest Price > Contact > Favor > ATM

需要注意的是RFQ在Home页面的点击率范围是 0.58% - 0.74% ，后续版本上线后可与此对比。

四．总结

- ① 在用户反馈的问题中，ATM使用问题占比12%，是除投诉类问题（占比44%）外占比最高的，其次是系统闪退、不能更换绑定的邮箱、注册验证邮件失效、采购需求被拒原因不明、回复邮件时不能换行等问题。
- ② 地域分布上，占比最多的仍是美国（约20%），其次是中国和英国，中国用户的活跃度上升，进入前三，从评论数量上看也是这三个国家的用户最多。3.0.0&3.0.1产品功能主要还是面向国外的买家用户，但是现在有越来越多的中国用户使用，具体原因还不是很明确，需持续关注。
- ③ 通过对用户页面使用行为的整理分析，发现用户在Special Selection和Category List 页面停留的时间比较长，结合点击率情况分析，可能原因是这两个页面的筛选能力较弱，用户想要找到合适的产品比较困难，所以花费的时间比较久，会进一步验证讨论看能否在后续版本中改进。
- ④ 在APP中增加评星入口之后，用户反馈量有所提升，但是总量还是比较少，后续会考虑优化评星入口的提示规则，以便提升反馈量。

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