

“校园号管理员”用户调研计划

1. 调研背景:

针对目前校园号存在的阅读量与平台日活差距大、各高校推广程度不同等问题，结合校园号管理员对校园号的管理和使用情况，决定对校园号管理服务做优化改版，为了解用户的真实需求与学校、社团和企业的相关策略，决定进行一次功能改版前的用户调研，迎合用户的切实需要，解决当前版本存在的问题。

2. 调研目的:

为了给校园号产品迭代优化提供客观的数据支持，本次用户调研工作的主要目的是：

- (1) 了解管理员用户对当前“校园号”的使用现状与接受程度，收集用户对“校园号”功能的优化建议，为产品迭代提供依据；
- (2) 了解管理员用户对当前产品与其他同类产品的观感对比；
- (3) 验证“校园号”功能对今日校园平台的实际影响价值。

3. 调研内容:

根据上述调研目的，本次调研内容主要包括如下各项：

针对目的(1)，所需信息主要有：

- a 了解管理员用户对“校园号”的使用现状（如：使用频率、使用目的）；
- b 了解管理员用户对“校园号”的接受程度（如：满意程度、是否推荐他人使用）；
- c 了解管理员用户对校园号开发的建议及意见（如：期望校园号增加哪些功能）

针对目的(2)，所需信息主要有：

- a 了解管理员用户除了使用“今日校园”校园号以外，还使用过哪些同类产品；（如微信公众号、微博官方号等）
- b 了解管理员用户对于上述产品与“今日校园”校园号的评价；（如：用户认为微信公众号具备哪些优势）

针对目的(3)，所需信息主要有：

- a 了解“今日校园”校园号帮助用户解决了哪些实际需求（如：帮助用户宣发活动）；
- b 了解校园号对整个平台的实际价值，对平台产生了哪些积极作用（如：优质内容积累、广告效益）

4. 目标用户定义:

本次用户调研为一次关于产品重要性的调研，要求用户样本具有代表性和时效性，以期能够基本反映管理员用户对于校园号管理服务的认知和评价。

根据校园号的分类，目标用户的角色被定义为以下几种：机构号管理员，社团号管理员，企业号管理员

受访人群：实际使用校园号管理功能的管理员用户（注：使用校园号管理服务次数最多的用户为管理员用户）

5. 调查方法和目标用户触达方式:

本次调查方法为：线上调查问卷

目标用户触达方式：

- (1) 对于活跃的管理员用户，将调查问卷推送至平台首页，吸引用户触达；
- (2) 对于仅在有需要时登录平台的管理员用户，将调查问卷转发到校园号管理员 QQ 群；

(3) 对于仅开通校园号，但极少使用管理功能的管理用户，发送推广短信吸引用户回归和填写问卷。

6. 样本量：

自 9.19 号校园号恢复上线，校园号整体开通增量为 494 个，包含社团号 335 个、机构号 90 个、企业号 69 个。考虑到校园号的数据现状、用户调研对样本量的要求、成本方面的经济性及时间问题，本次调研对校园号管理员调查所需要的样本量约为 150 个(社团号、机构号、企业号占比约为 7:2:1)。

7. 调研安排及人员协调：

- (1) 本次调查由产品组主导，运营与开发人员协同配合；
- (2) 正式调研前，产品组负责策划调研方案和设计调查问卷，运营和开发负责将调查问卷链接以首页推送、QQ 群转发和短信的形式分发给校园号管理员。

8. 数据录入、处理与分析：

参与此次调研的人员负责问卷数据录入、整理和分析，并形成最后的调研报告；如有需要，可抽取 10% 的样本进行录入复核，以保证录入质量；

9. 预案设置：

本次调研预计获得样本量为 150 个，若获得的样本数量未达到预期，可采用延长周期、增加答卷奖励的方式来推广问卷。

为保证问卷质量，对于未完成全部问卷题目或文字型题目字数不超过 10 字的问卷，不予奖励。

为防止非管理员用户填写问卷，填写问卷的人必须提供校园号管理员的 id 和校园号 id。

10. 时间安排：

- 10 月 19 日：调研方案
- 10 月 19 日：问卷设计
- 10 月 20 日：线上评审&内部评审
- 10 月 20 日~10 月 25 日：问卷分发和回收
- 10 月 26 日~10 月 27 日：数据处理与分析
- 10 月 28 日：报告撰写

11. 费用预算：

本次调研费用预算 500 元，用途如下：

1. 方案及问卷设计
2. 问卷分发及奖励措施（完成答卷可参与抽奖）
3. 调查与复核费用
4. 数据处理（编码、录入、处理、分析）
5. 报告撰写

11. 调查问卷：