**“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，不给予奖励。

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：**