

INTERACTIVE DESIGN

晏芳作品集

✉ yanfang_better@126.com

📞 18618162085



我的工作经历

2019-2017

掌众金融信息服务(北京)有限公司

部门和职位：

借贷事业部 交互设计组长

工作职责：

负责产品优化转化率提升、产品体验改版、
用户行为研究、数据分析工作，具体包含
以下几方面：



2017-2016

北京凯声文化传媒有限公司

部门和职位：

产品研发部 高级产品设计师

工作职责：

负责公司核心产品，凯叔讲故事app
的产品需求梳理和交互方案设计。

2015-2012

优酷土豆集团

部门和职位：

自媒体平台事业部 高级交互设计师

工作职责：

负责公司主站自媒体平台的广告分成系统
设计，用户会员体系设计，搜索设计。具
体包含以下几方面：



2011-2008

敦煌网

部门和职位：

UED部门 交互设计师

工作职责：

负责公司卖家端电商平台产品需求梳理和
交互方案设计。



我的优势

业务需求分析

参与产品规划与构思，把控产品体验设计（交互+视觉）确保产品易用性及体验品质。



方案输出

基于业务方向，设计目标，推动并完成核心产品交互视觉的设计，前瞻性产品的创新。



核心优势



数据分析

管理产品的体验，跟踪产品数据，进行数据分析和可用性测试，评估产品上线后的效果，并提出用户体验改善计划。



设计策略规划

能独立从业务需求，用户研究，数据分析，行业趋势等方面主导产品体验整体方案。并构建规范化设计流程。

用户研究

对用户需求的研究，提供产品分析结论和展望，将结果转变为可执行的用户体验优化方案。

团队建设

推动团队对业务的前瞻性研究，用综合设计能力提升产品成体系分阶段的体验质量。



01

APPLICATION
DESIGN

闪电借款项目



02

MANAGERIAL
SYSTEM

贷后管理系统



03

USER DECISION
PATH ANALYSIS

用户行为路径分析



04

WORKS IN
OTHER STAGES

其它阶段作品



闪电借款

EASY PAY ANYWHERE



Mobile App & Desktop



项目背景



问题 PROBLEM

业务遇到瓶颈期，需要挖掘新机会

业务形态重构，每月要投入资金购买流量，转化的提升迫在眉睫。

系统架构不支持可拓展设计

现有版本开发较早，由于架构问题，一些功能设计不合理，无可拓展的空间。

团队合作效率低

设计&代码资源冗余，页面加载慢，设计还原度很难保证，页面没有组件化，重复造轮子。



新的变化 NEW CHANGE

业务模式升级，精细化运营

对用户群体分层，持续精细化运营成为寻找新机会点的最佳选择。

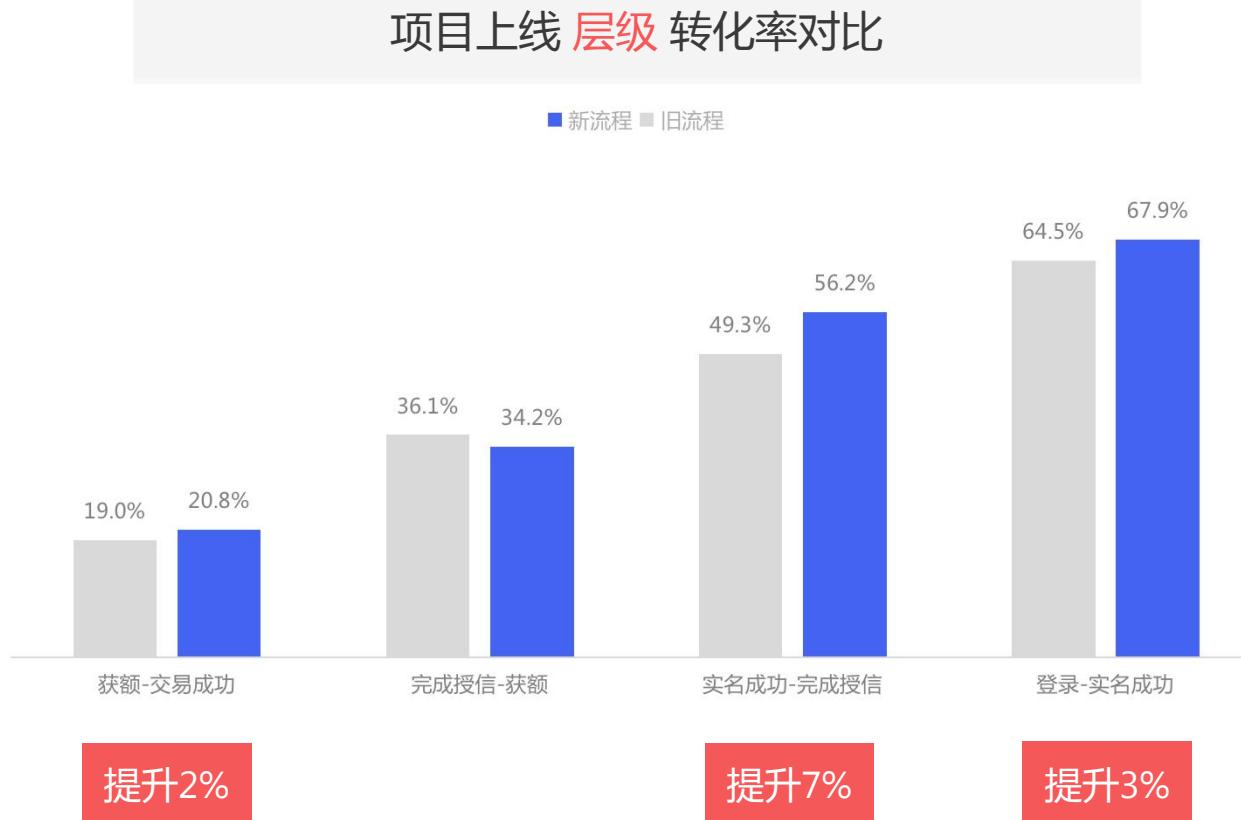
产品进一步升级迭代

根据新业务流程，重新调整功能模块，以及与风控系统、大数据系统、业务系统的数据交互流程。

建立增长组件化机制

交互组件库、视觉组件库、前端组件库，统一组件设计，提高迭代效率，保证设计的代码还原度。

项目价值：核心环节转化率 提升2~7%



项目展示思路

方案共分 贷前(借款流程)+贷后(还款流程) 两部分

由于项目改版涉及业务相对复杂，所以用户调研根据不同的业务阶段，采用了不同的调研方法，数据分析量较大。

方案全貌

完整方案展示效果图

亮点方案展示

核心页面的改版方案，分析

用户画像-数据分析

收集2019年上半年所有用户的各维度数据，归类、交叉分析。

用户反馈

收集用户在app中【投诉与帮助】入口里的信息，了解用户声音。

用户访谈

给用户拨打回访电话，设计回访问卷，得到定量的数据分析。

设计策略制定

根据用研结论，结合业务方向来制定分阶段开展的设计工作目标。

梳理产品架构

整理产品功能点以及对应页面流



项目中应用到的用研方法



用户画像-数据分析(年龄、收入、职业、状态)



用户画像

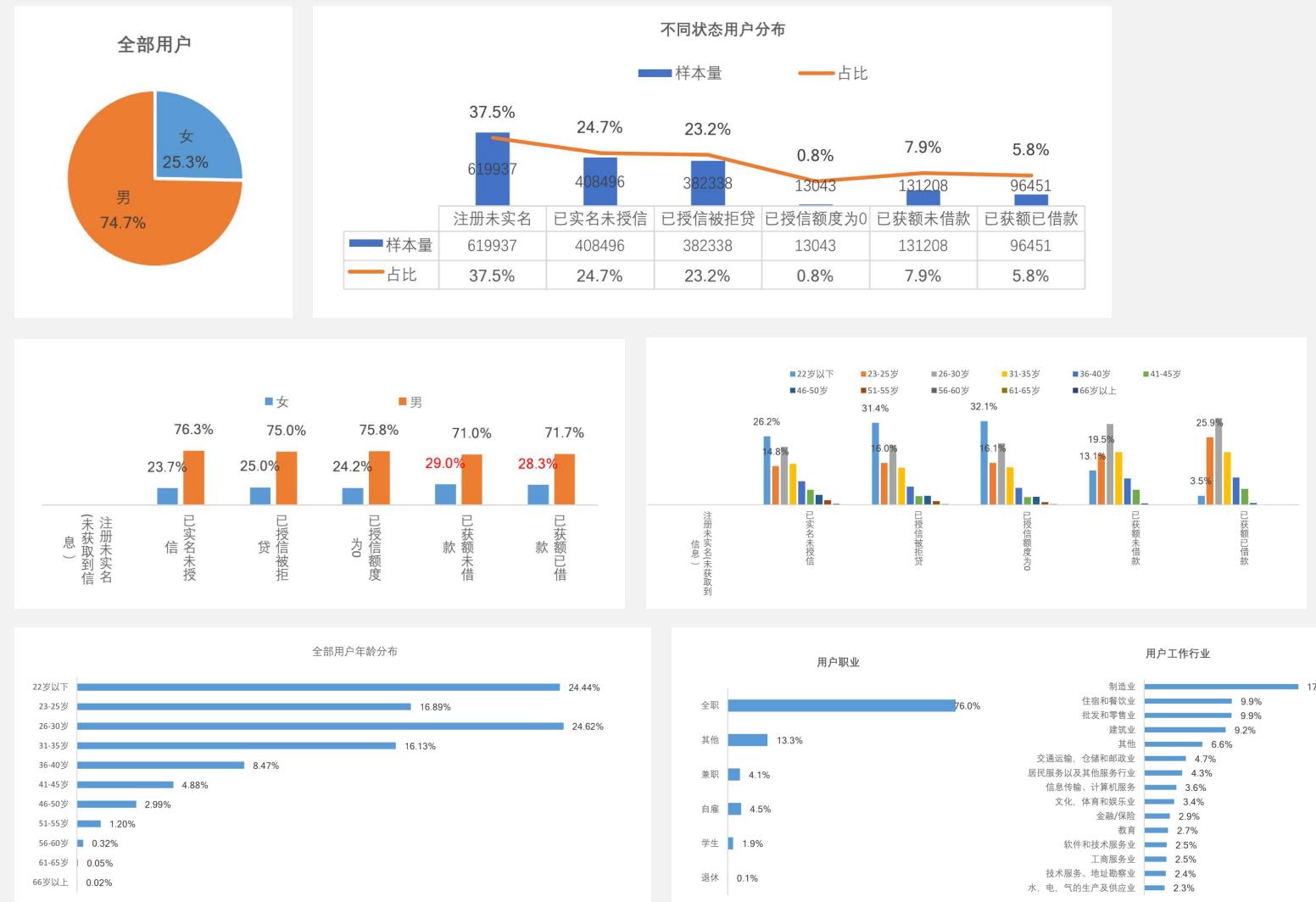
区域：广东 浙江 江苏

年龄：活跃用户 20-30岁 蓝领阶层

行业：制造 餐饮 零售 建筑

收入：5k~1w 50%占比

渠道：应用市场 导流 信息流



通过用户反馈发现问题，对目标用户进行电话访谈



电话访谈

用户购买贷款专享会员，未借款，需退款，已登记退款

咨询借款提示购买贷款专享会员，不理解，已解释

【贷款会员】太贵而不借款

不了解信用借款，已解释

借款审核未通过

无法借款，具体提示不清楚，建议联系在线客服

用户反馈稍后操作借款

用户有借款中的账单

空白

额度低

【贷款会员】太贵而不借款

暂时没有借款需求

用户反馈操作借款提示购买贷款专享会员，不想使用操作，操作商城借款

接听后用户挂机

空白

不想购买积分

不想买会员

会员费太贵

信用分太贵

额度低

暂时不需要

接通后不说话/通话中挂机/无声

空白

有借款意向 41%

无借款意向 16%

不需要 41%

设计目标的制定

1

业务流程简化，提升交易成功率

- 新增新手礼包运营模块，促进用户首单交易转化提升；
- 根据用户身份，推荐不同奖励入口，提升用户复借率；
- 拆分大流程，化解为小流程分散在任务流当中；

2

关键页面改版，增强业务引导，提升用户操作效率

- 根据用户信息状态，在首页展示相对应的业务入口；
- 减少页面信息和任务流程分支；
- 不要让用户做选择题，授信项填写完成后，自动跳转；
- 减少授信项数量，与大数据和风控部门协调授信项的优先级；

3

升级视觉风格，提升流畅体验

- 及时给用户结果反馈，进度条展示当前进度；
- 自动将已知信息帮用户填写，降低用户输入成本；
- 新增审核模块在首页，提高用户操作效率；



框架
重构

功能
引导

组件化

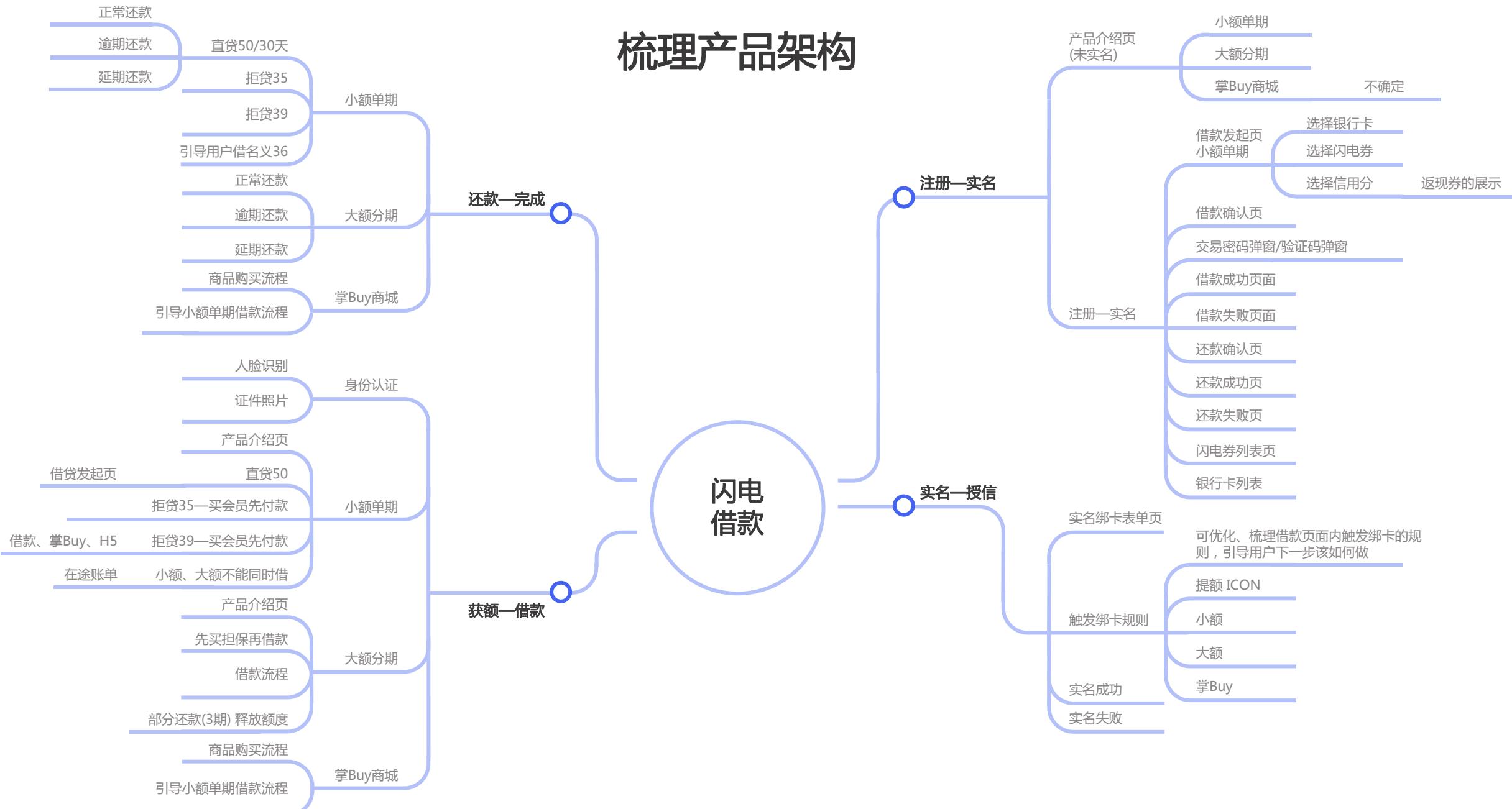


重构产品逻辑
打造产品优势

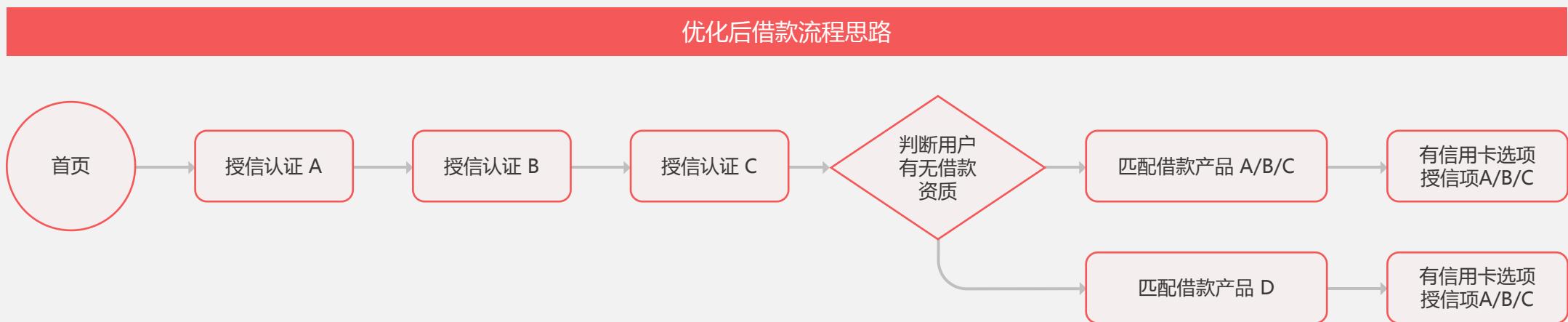
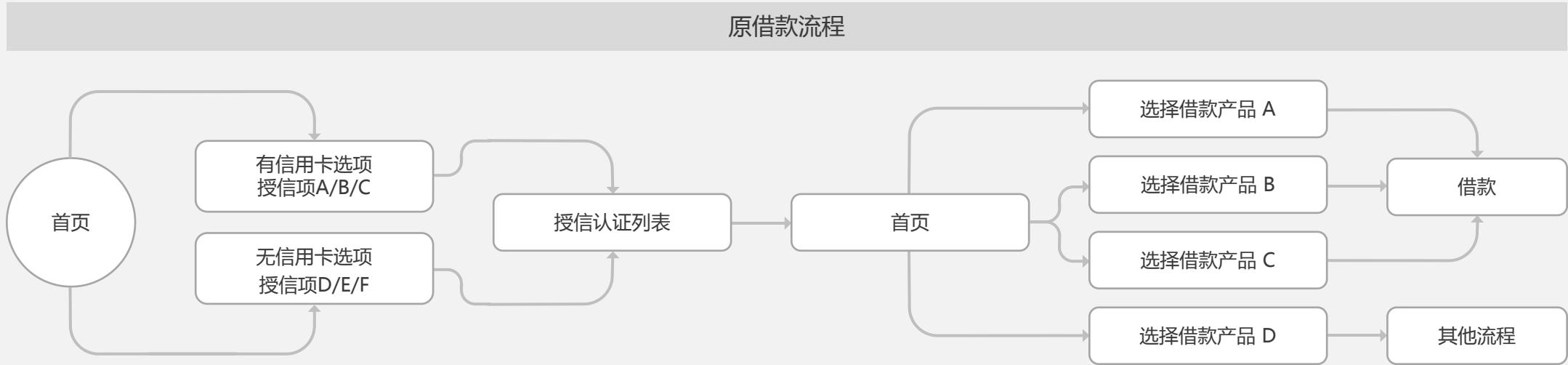
优化信息层级
提高环节转化

规范信息结构
提高配置能力

梳理产品架构

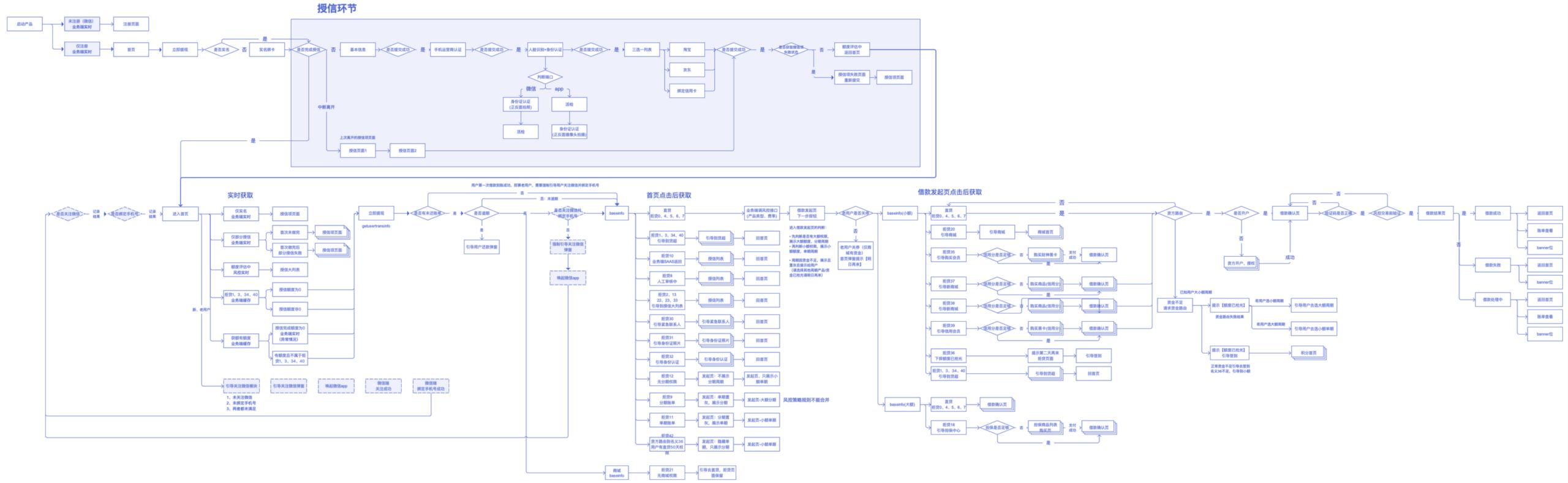


流程优化设计策略

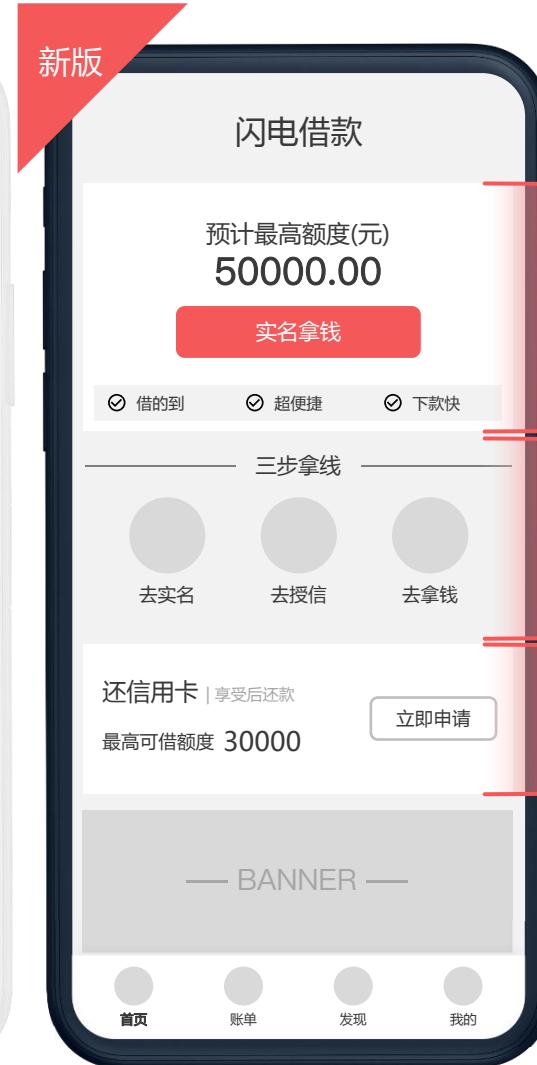
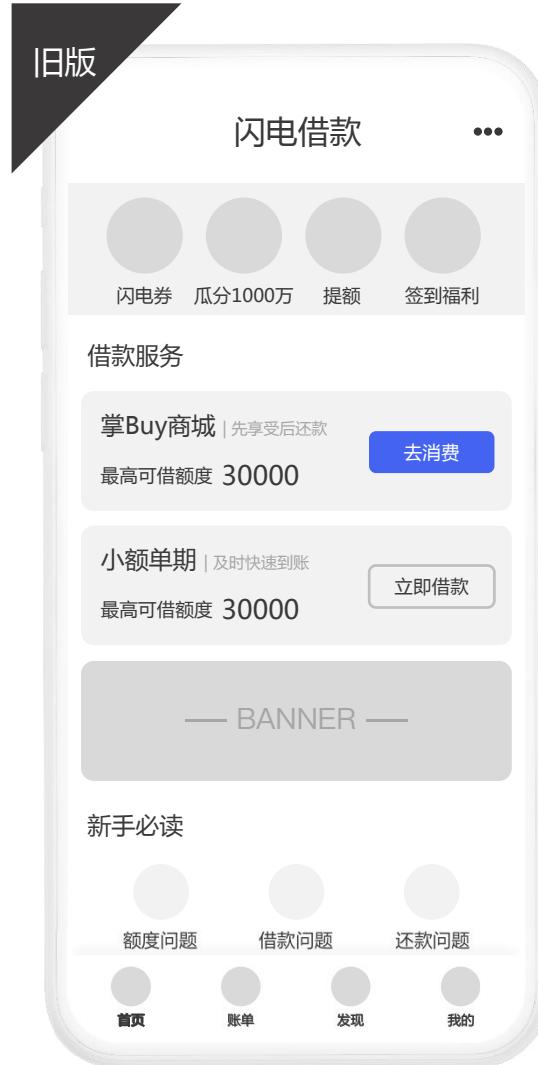


完整贷前流程方案

业务流程简化



关键页面改版 — 首页设计策略规划



设计模块一：借款区

指标：借款转化 假设：强化借款引导

方案：1、优化风控策略，根据用户资质，突出主要业务入口，在视觉上聚焦，用户选择更少，可以加速决策；
2、首页卡片含不同状态，根据用户审核状态变化，从而引导用户做出相应的操作。
验证：建议AB测试（业务影响权重高）

设计模块二：新手引导区

指标：转化率/日活 假设：强化借款引导

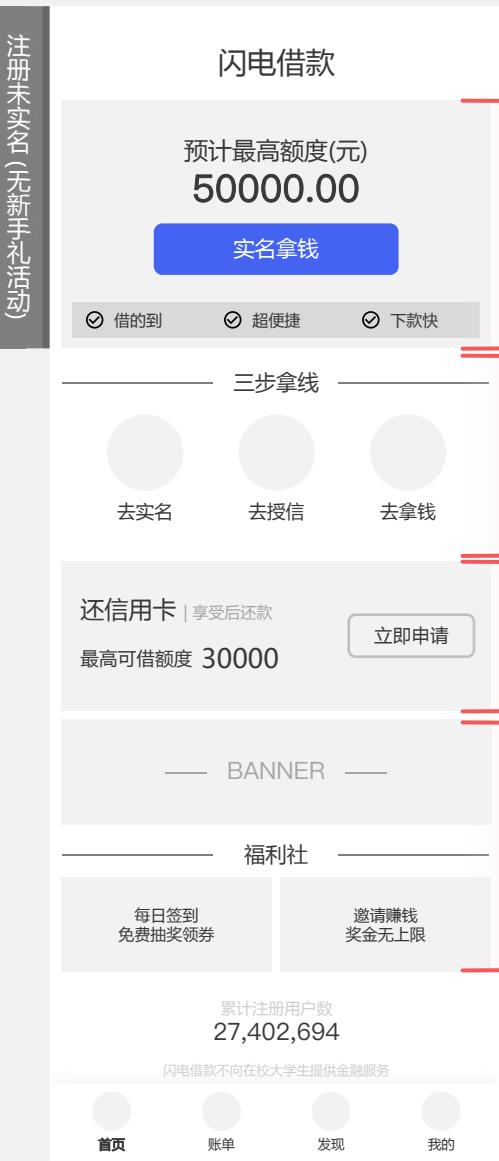
方案：突出用户关心的核心信息，告知用户借贷流程很短，只需三个步骤。此模块还结合运营活动，在活动期间，还会更换UI，更加突出的展示流程中，每个奖励的激活状态。
验证：建议AB测试（业务影响权重低）

设计模块三：其他业务入口

指标：借款转化 假设：强化借款引导

方案：弱化次要业务入口的位置，同时还要保障业务转化不受影响，因此此入口位置保证在第一屏露出，同时展示形式跟主入口保持差异化。
验证：可看环比数据（业务影响权重中）

关键页面改版 — 首页各状态原型梳理



核心信息的不同状态

用户未实名认证 用户未授信认证

预计最高额度(元)
50000.00

实名拿钱 授权拿钱

借的到 超便捷 下款快

用户未获得额度 用户授信资料有误

可借额度(元)
额度评估中
预计5分钟内完成

加速审核 请重新提交

借的到 超便捷 下款快

用户获得额度 用户授信失败

可借额度(元)
1000.00

立即借款

借的到 超便捷 下款快

0
本次申请未通过, 建议5月17日再试

再次申请, 通过率更高

借的到 超便捷 下款快



关键页面改版 — 借款发起页改版

Before

借款金额卡片虽然很突出，但是占据首屏面积较大，且用户实际操作使用概率较小，因此需要优化压缩展示空间。

借款相关信息种类较多，每一项都是必选项目展示空间局促。视觉焦点过多，同一功能下的信息展示多样化，过度设计。提示信息文案冗长，不利于用户快速浏览，理解，决策。

多种功能叠加，设计语言不统一，缺乏视觉规范的迭代。

After

优化金额卡片高度，只保留输入操作相关的规则展示。

突出【借款周期】，把所有周期元素都展示出来，让用户一目了然业务规则，不再疑惑。优化风控策略，用户选择相应周期时，展示不同的息费信息，以供用户比较。

优化信息展示规则，统一对齐方式，简化视觉焦点。根据用户反馈，增加【预估到账时间】小功能，让用户对资金到账时间有更明确的预期，以便决策是否用当前银行卡来借款。

根据风控策略对用户进行分层，资质级别的用户，会出现此模块，需要用户另行提交资料才能获得借款资格。

关键页面改版 — 借款流程交互方案

INTERACTIVE DESIGN

晏芳作品集



借款发起页

会员购买页面

购买成功-借款信息确认

分期还款计划确认

成功结果页

关键页面改版 — 用户授信页面改版

优化点：用户如何选择授信项，获取最优额度：

- 突出用户现有信用额度构成因素；
- 聚合未提交授信项，方便用户高效决策；
- 明确【已提交授信项】展示授信进度；
- 异常授信项，灵活展示方式，既能引起用户重视，正常时又能不打扰用户做其他授信；

授信项 — 所有状态

京东认证 通过率高达95%	——○ 授信项未认证状态+默认[营销文案]
淘宝认证 可获现金红包¥10	——○ 授信项未认证状态+运营活动时搭配的[营销文案]
社保认证 授权中...	——○ 授权处理中
公积金认证 已过期，重新授权>	——○ 授权已过期+引导进入授信项页面，做完返回此页面
学信网认证 已认证	——○ 授权成功，且未过期
紧急联系人认证 已认证，继续添加>	——○ 授权成功，且未过期、且可添加多个账号
支付宝认证 失败，重新授权>	——○ 授权失败+引导进入授信项页面，做完返回此页面

用户授信正常

信用额度

信用额度(元) **50000.00**

可借额度(元) 6000.00 累计提额(元) > 200.00

个人信用评估

补充资料越多，额度越高哦~

支付宝认证 100%提额	学信网认证 通过率高达95%
人行征信认证 100%提额	紧急联系人认证 通过率高达95%
身份证件认证 100%提额	个人所得税认证 授权中...

已提交资料

以下信息仅用于个人信用评估

信用卡认证 已认证	基本信息认证 已过期 重新授权>
手机运营商认证 已认证	身份证件认证 已认证
信用卡认证 已认证 继续添加>	京东认证 已认证

[回首页](#)

授信项有异常

信用额度

信用额度(元) **50000.00**

可借额度(元) 6000.00 累计提额(元) > 200.00

为避免影响您借款，请尽快授权>

基本信息认证 已过期 重新授权>	身份认证 已过期 重新授权>
---------------------	-------------------

个人信用评估

补充资料越多，额度越高哦~

支付宝认证 100%提额	学信网认证 通过率高达95%
人行征信认证 100%提额	紧急联系人认证 通过率高达95%
身份证件认证 100%提额	个人所得税认证 授权中...

已提交资料

以下信息仅用于个人信用评估

信用卡认证 已认证	基本信息认证 已过期 重新授权>
手机运营商认证 已认证	身份证件认证 已认证

- 用户授信总额度 (同首页)
- 用户当前可用额度 (同首页)

累计提额计算规则：

- 1 当前信用额度 — 初始信用额度 > 0, 展示差值 (正整数)
- 2 当前信用额度 初始信用额度 ≤ 0, 展示0

重点授信项引导规则：

- 必填授信项有[过失][失败]时，模块出现；
- 展示文案结构：授信项名称+异常状态文案+为避免影响您借款，请尽快授权；
- 多个授信项异常时，则都按上述结构展示；
- 点击进入第一个授信项的页面，开始认证

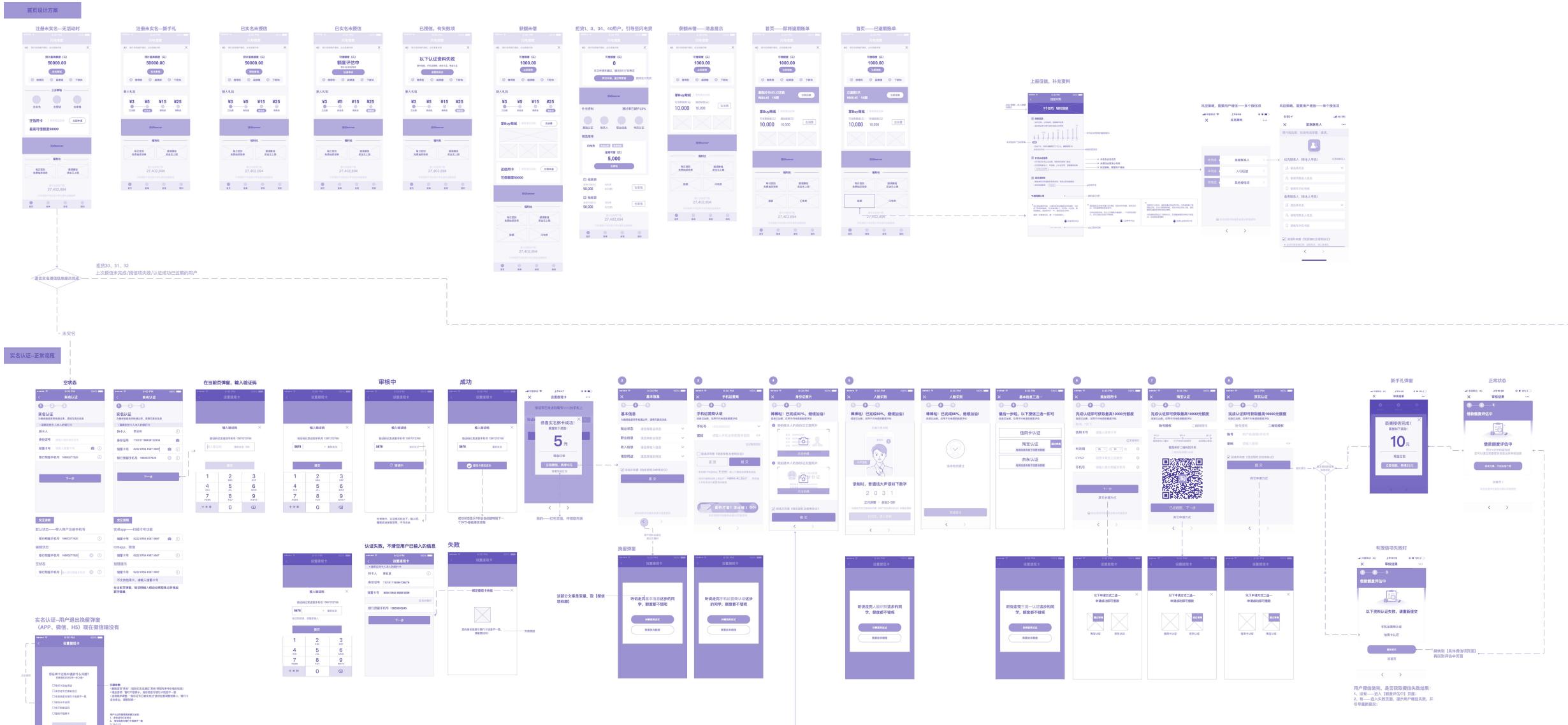
个人信用评估 展示规则：

- 状态：未认证、授权中
- 累计2个授信项成功，即刷新列表，成功进入[已提交资料]模块
- [个人信用评估]模块则补充2项新的未认证授信项进入模块，最多展示6个

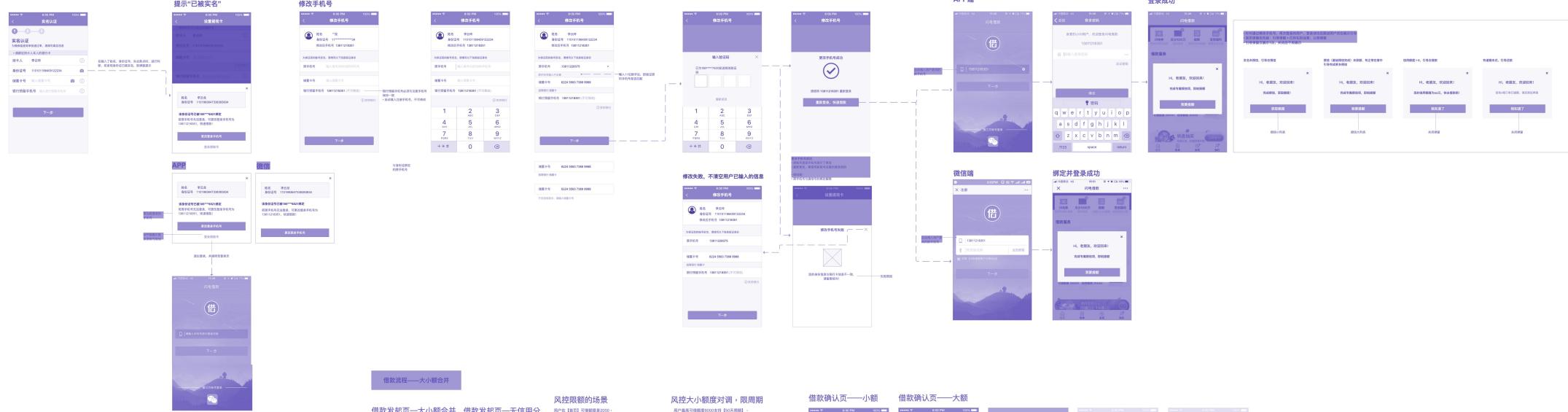
已提交资料 展示规则：

- 授权成功的授信项
- 默认展示7项
- 查看全部 — 进入所有已完成授信项列表
- 状态：已认证、已过期

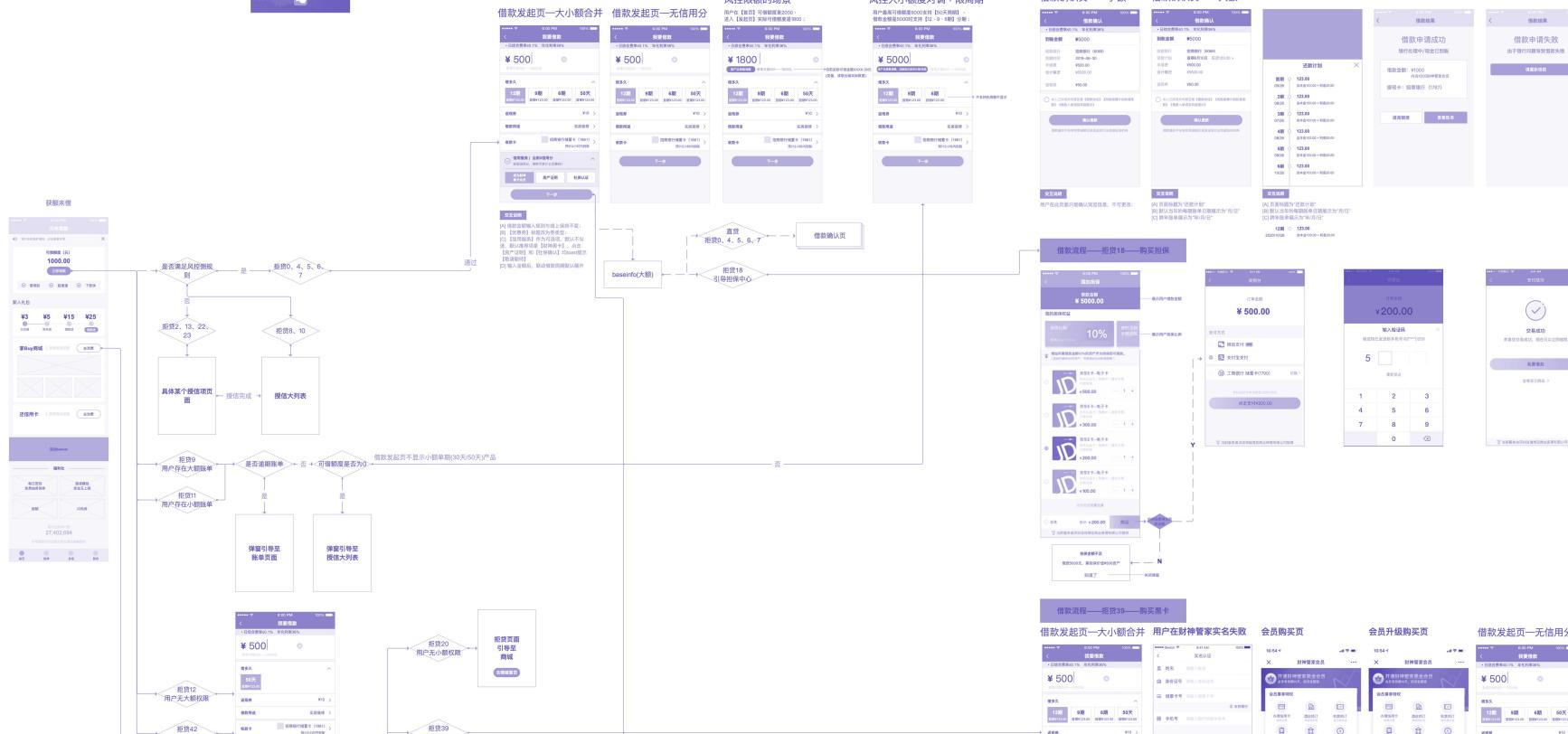
完整贷前交互方案

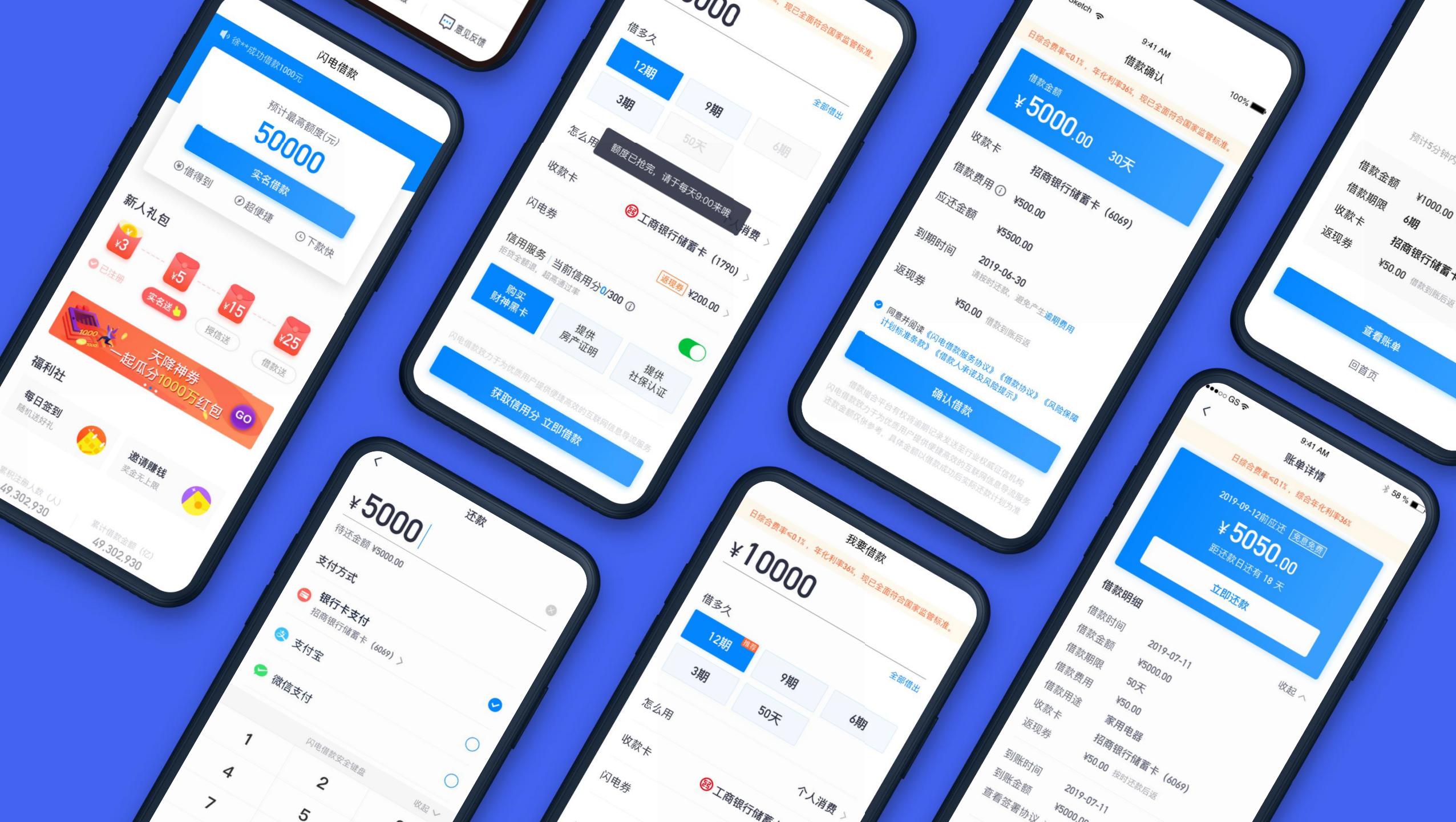


实名认证-身份证占用流程



借款流程——大小额合并







01

APPLICATION
DESIGN

闪电借款项目



02

MANAGERIAL
SYSTEM

贷后管理系统



03

USER DECISION
PATH ANALYSIS

用户行为路径分析



04

WORKS IN
OTHER STAGES

其它阶段作品



这是怎样的一个项目

What kind of project is this?

贷后管理平台是为了承载线下催收公司的多种业务信息数据。界面整体以数字化呈现为基础，初步搭建平台框架，运用简洁的设计手法，为后期平台的扩张和数据支撑作准备。

需求分析与拆解

如何满足不同的业务需求

用户为催收公司内部不同岗位人员，公司经理关心业绩，主管关心组员业绩及拨打效率，员工关心每日催回金额及催收相关信息。

如何创建更好的协同方式

不同的催收公司会有不同的业务范畴，涉及到利润分成，业务外包，城市地域管理，委案分发等复杂工作流，相互交叉。

如何统一设计语言

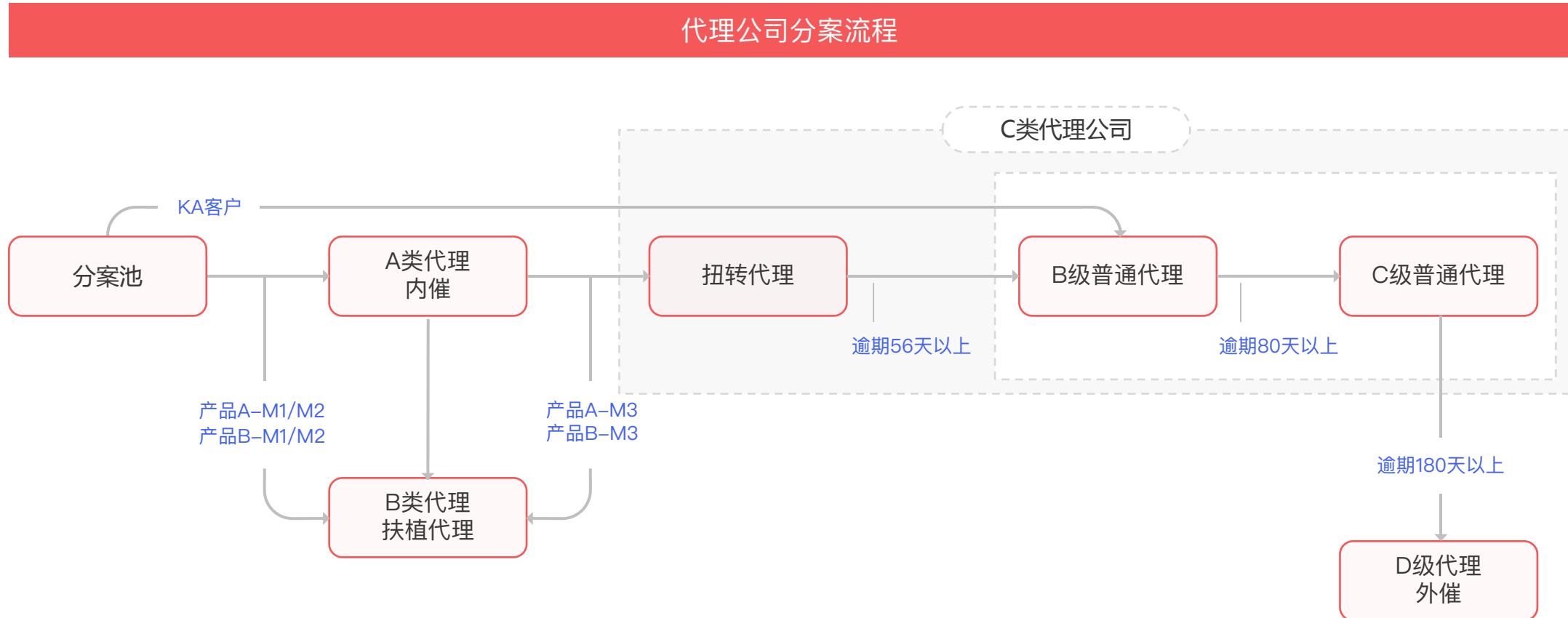
数据量和信息架构会不断扩展，要怎样合理安排信息，做到设计语言的统一？

如何合理分配权限

不同的公司，不同的岗位，需要不同的管理权限。要怎么合理分配及管理？

站在业务全流程的角度，深入业务场景

体验的核心是关键节点提供的内容和用户预期的匹配度，匹配度越高用户体验感越好



用户调研，熟悉用户操作习惯

深入了解目标用户，洞悉不同的岗位职责，熟悉不同用户不同的操作习惯

岗位 调研	岗位职责	产品认知&权限等级	用户痛点	解决方案	能力模型
催收客服	1. 查看债务人各项信息	1. 熟悉系统，并且对于功能操作的效率有通病	1. 话机会出现间歇性故障，通话质量差，影响催收员情绪	1. 接入质量更好的话机或自建话机，猫池分散部署	
	2. 给债务人及其联系拨打电话。	2. 熟悉产品应用范围	2. 催收员频繁切回款统计功能，但查看统计排名还得找组长	2. 增加回款绩效排名，激励催收员	
	3. 并进行催记	3. 某些新功能上线员工不知道	3. 查看债务人详情需来回切换标签，有些标签为空最好不展示。	3. 债务人页面优化，债务人信息尽可能再一页展示	
	4. 实时查看汇款情况	权限等级：低		4. 利用猫池发送短信	
	5. 处理用户提交贷后问题。				

用户调研，熟悉用户操作习惯

深入了解目标用户，洞悉不同的岗位职责，熟悉不同用户不同的操作习惯

岗位 调研	岗位职责	产品认知&权限等级	用户痛点	解决方案	能力模型
催收组长 / 主管	1. 管理组内和部门内催收员。	1. 熟悉系统，及业务规则。	1. 查看回款率不及时，一般第二天才能拿到昨天的回款率。	1. 增加批量添加员工功能。	 <p>协作</p> <p>产品</p> <p>综合</p> <p>权限</p>
	2. 实时查看催收回款率以及拨打情况。	2. 对小组成员需要一定的管理权限。	2. 不知组内回款情况以及拨打情况属于什么水平。	2. 将线下还款功能做在催收系统，由催收员自己提交。	
	3. 催收员培训。	3. 对回款金额需要一定的管理权限。		3. 将C/D类案件实现系统自动属地化分案。	
	4. 经理新增催收员账号。	权限等级：中		4. 系统添加贷后业务问题，催收员以及代理可实时查看。	
	5. 经理滞纳金减免审核。				

用户调研，熟悉用户操作习惯

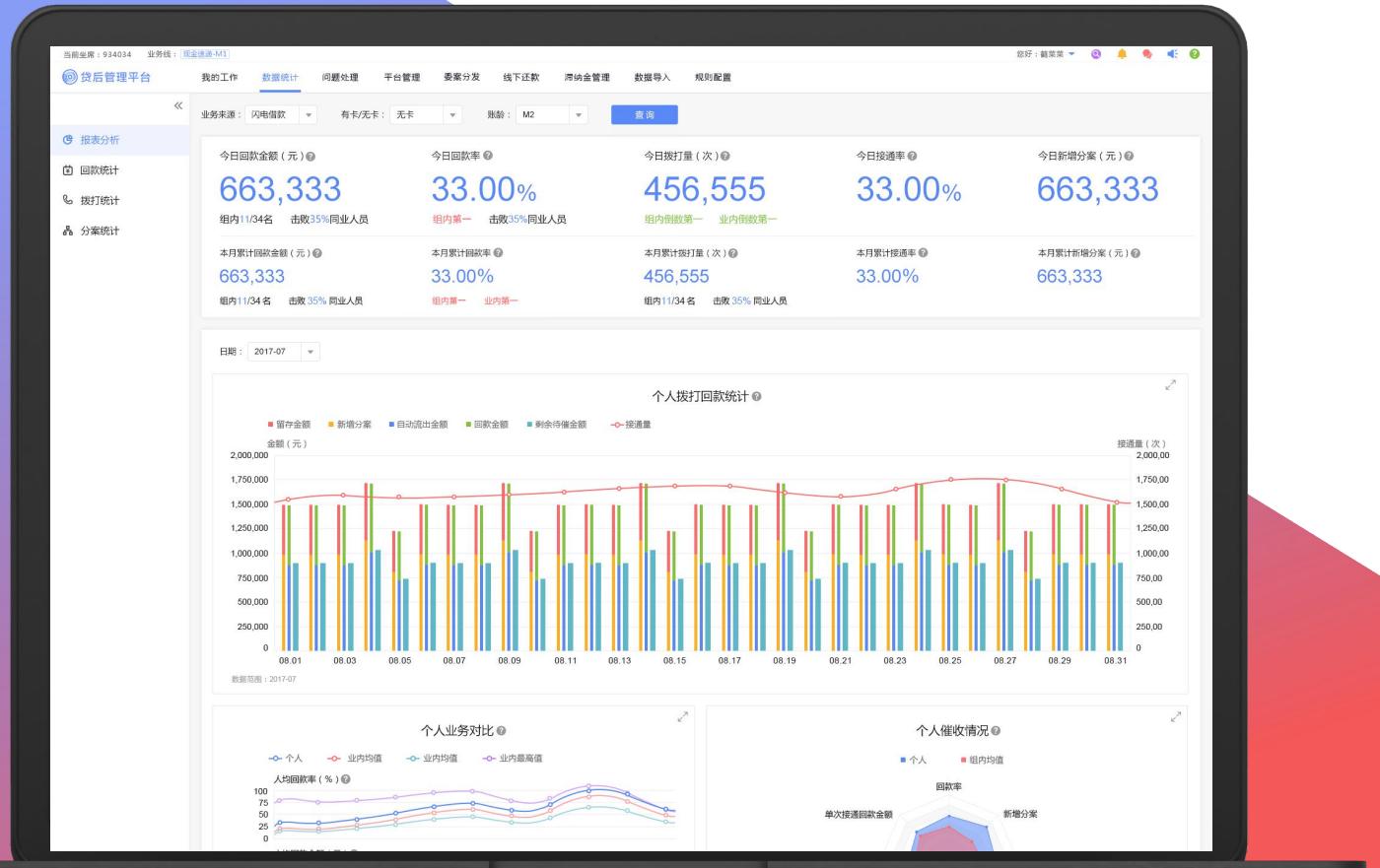
深入了解目标用户，洞悉不同的岗位职责，熟悉不同用户不同的操作习惯

岗位 调研	岗位职责	产品认知&权限等级	用户痛点	解决方案	能力模型
渠道商务	1. 维护代理商关系，处理代理商问题。 2. 代理商进件、合同签署。 3. 给B/C/D类代理开通账号。 4. B/C类代理商务每日需登录催收系统、话机系统、借款客服2.0，多系统工作。 5. 帮代理商走线下还款申请、滞纳金减免审核。	1. 与同业公司有频繁的业务往来。 2. 多系统之间的切换，导致管理、操作效率降低。 3. 大量的权限审核工作需处理。	1. B类代理开通催收账号线下还需走稽核和邮件审批，开通时间长，且人数多。 2. B类代理线下还款申请单数很多，每天商务花在提交线下还款申请时间长。	1. 增加批量添加员工功能。 2. 将线下还款功能做在催收系统，由催收员自己提交。 3. 将C/D类案件实现系统自动属地化分案。 4. 系统添加贷后业务问题，催收员以及代理可实时查看。	



项目具体实施方案

明确项目定位及用户痛点，使用设计原则实现方案



数据统计

筛选项改为对全局生效

- 逻辑变更：筛选项“业务来源”、“有卡/无卡”，“账龄”改为对全局生效
- 页面变更：全局筛选变量放至顶部，页面向上滚动时，全局筛选栏吸顶（在主导航之下顶着）

日期筛选

- 筛选日期影响范围不变（不包含上部统计）
- 下拉列表选择日期后，立刻执行查询，显示查询结果（无需点击查询按钮）
- 日期筛选栏不吸顶

图表中显示日期

- 在每张报表内增加日期显示，让用户明确当前报表的日期范围
- 在个人与组长标保分析页面，每张图表中都增加日期显示

我的工作列表

今日回款数据展示

- 明确重点元素：今日回款金额、今日回款率。激励员工设定目标，并完成。
- 展示与昨日业绩的涨幅情况，帮助员工提高拨打效率。

当月回款数据展示

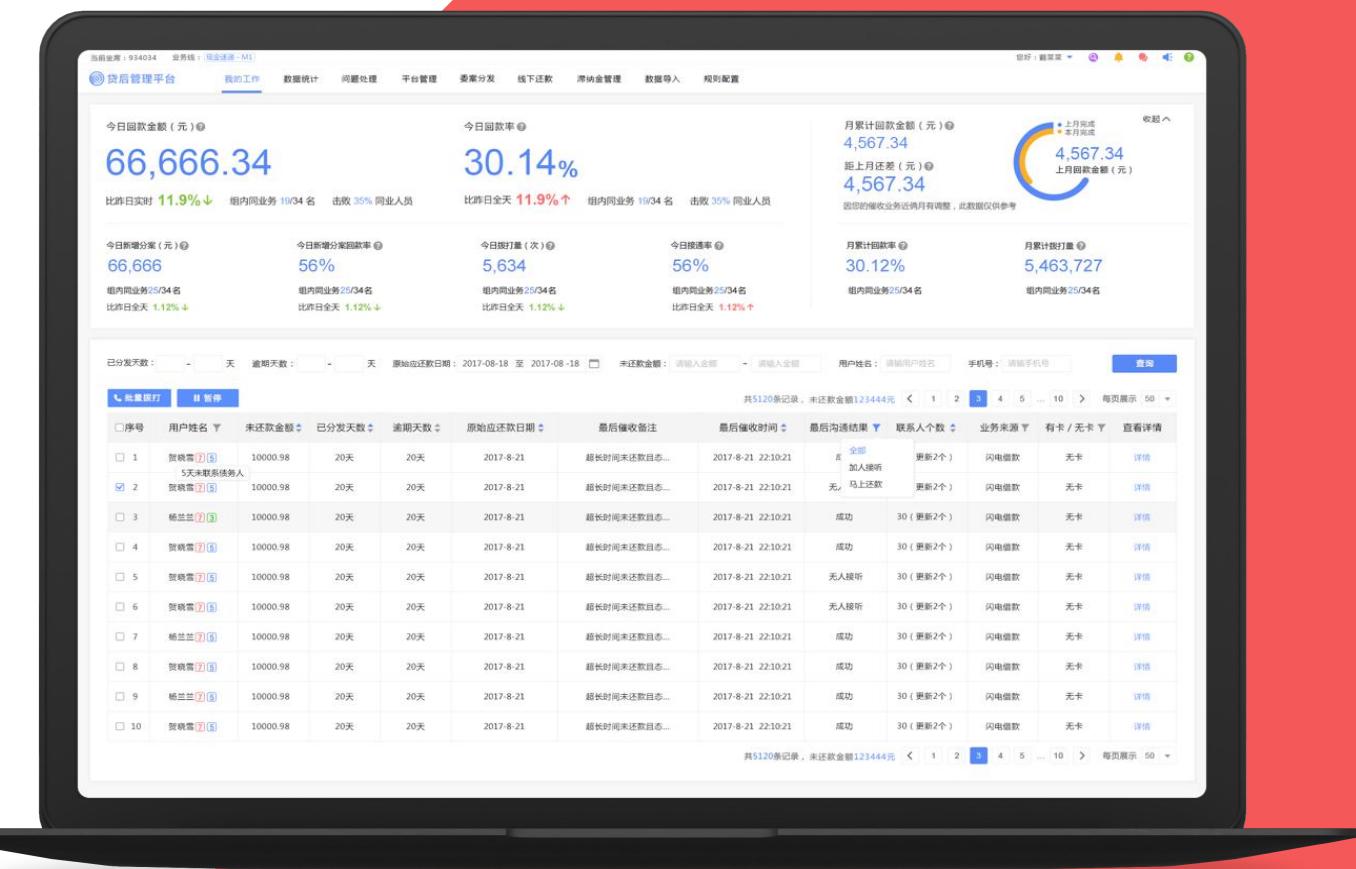
- 展示每月当前催回金额与业绩目标金额之间的差距，提醒员工预估自己每日的工作量与业绩。
- 展示组内员工之间的绩效排名，激励员工完成目标。

拨打用户名单列表

- 每日工作的主要内容是拨打名单，所以名单列表需要第一时间让用户看到并可操作。
- [批量拨打] 可节省用户点击次数，提高工作效率。

项目具体实施方案

明确项目定位及用户痛点，使用设计原则实现方案



项目具体实施方案

明确项目定位及用户痛点，使用设计原则实现方案

委案分发管理

名单结构列表

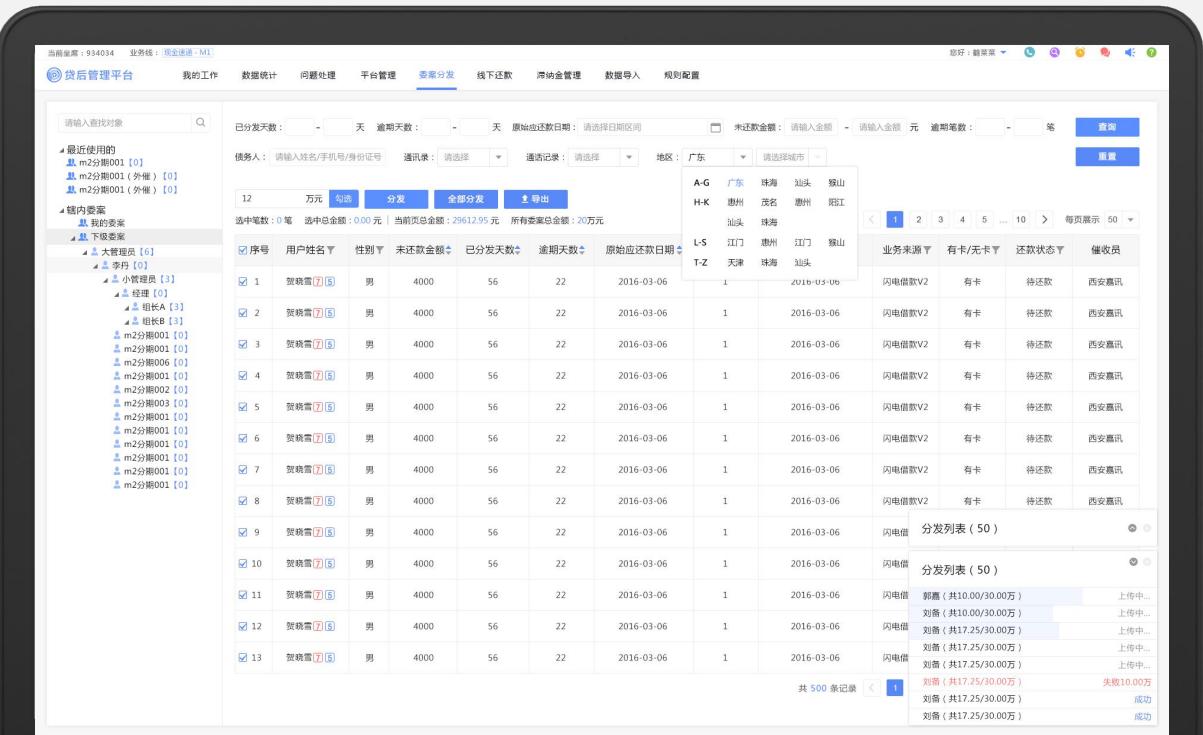
- 催收人树状图中添加“最近使用” “辖内委案” “我的委案”

分发操作规则

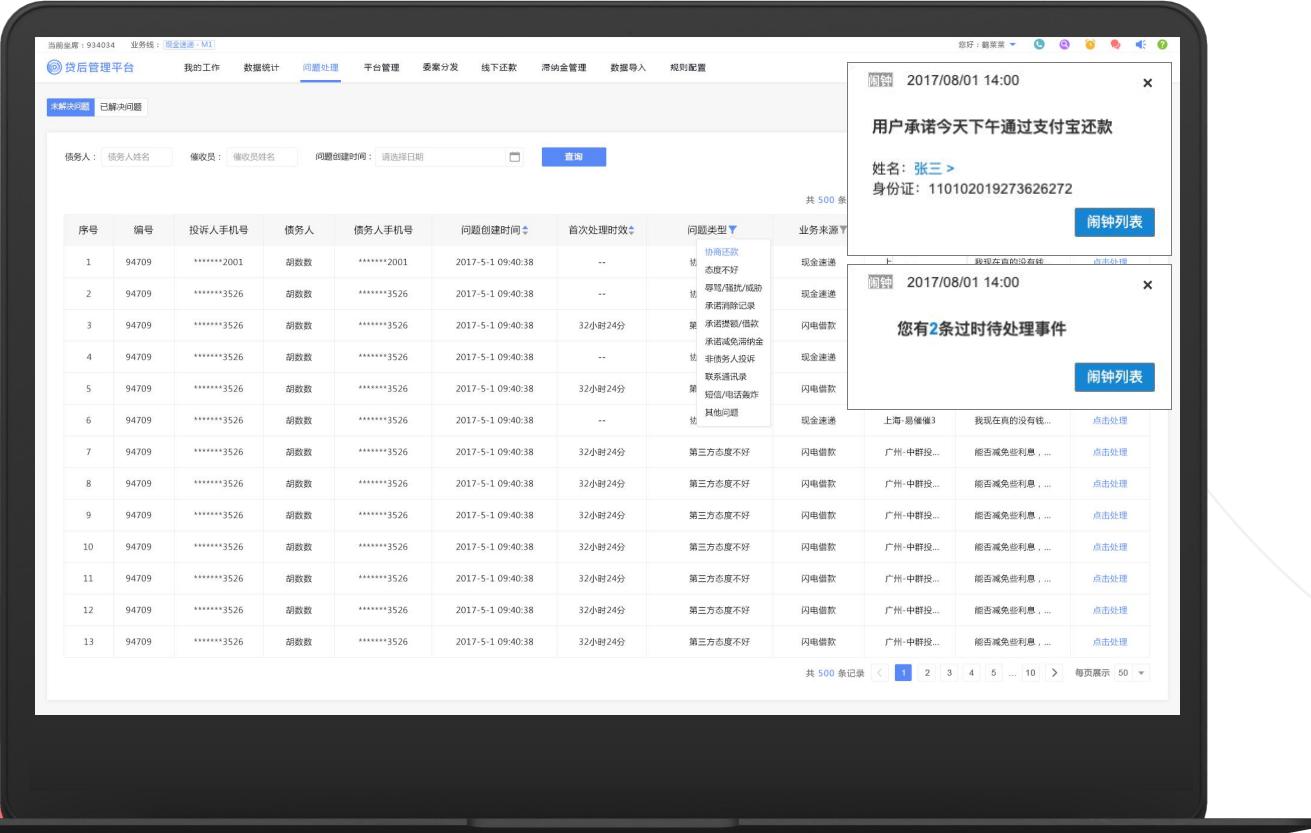
- 债务人被选中时，“导出”和“分发”按钮可点击，“全部分发”按钮不可点击；没有勾选债务人时，“全部分发”按钮可点击；

分发列表状态

- 排序规则：
 - 正在分发的的委案优先展示，按添加时间倒序；最后展示已分发完成的委案（包括分发成功和失败的委案），按完成时间倒序；
 - 关闭列表后，再次出现时，只显示最新的分发条数；



晏芳作品集



项目具体实施方案

明确项目定位及用户痛点，使用设计原则实现方案

问题处理页面

到时提醒功能

- 到时提醒在闹钟图标下弹出气泡展示
- 到时提醒信息：
- 点击闹钟列表可跳转至闹钟列表；
- 点击关闭按钮关闭浮窗，
- 到时出现提醒但提醒未被关闭，被视为过期未处理，退出帐号前不再提醒

过时闹钟提醒

- 到时出现提醒但未被关闭，被视为过期退出帐号前不再提醒。
- 下次登录账号提示过期闹钟提醒。
- 当1条或多条闹钟提醒过期后，闹钟图标上展示未查看提醒条数。
- 点击查看可跳转至闹钟列表；
- 点击关闭按钮关闭气泡；

当前数据: 98765 业务线: [闪电贷DM]

您好, 王大锤 V

搜索

新闻

短信

消息

帮助

货后管理平台

我的工作 数据统计 问题处理

报表分析

回款明细

拨打明细

方案明细

业务类型: 司法催款

各行业卡数:

到账: 102

搜索

今日回款金额(元) @

今日回款次数 @

今日拨打量(次) @

今日接听率 @

今日新增方案(元) @

昨日回款金额(元) @

昨日回款次数 @

昨日拨打量(次) @

昨日接听率 @

昨日新增方案(元) @

本月回款金额(元) @

本月回款次数 @

本月拨打量(次) @

本月接听率 @

本月累计方案(元) @

本周回款金额(元) @

本周回款次数 @

本周拨打量(次) @

本周接听率 @

本周累计方案(元) @

年内回款金额(元) @

年内回款次数 @

年内拨打量(次) @

年内接听率 @

年内新增方案(元) @

近月回款金额(元) @

近月回款次数 @

近月拨打量(次) @

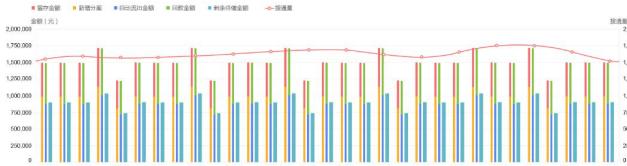
近月接听率 @

近月新增方案(元) @

日期: 2017-07

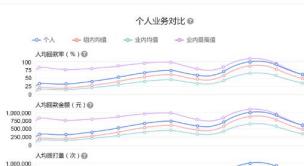
个人拨打回款统计 @

筛选条件: 2017-07



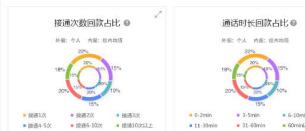
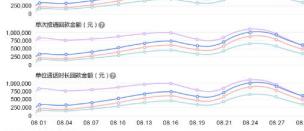
个人业务对比 @

筛选范围: [闪电贷DM] 2017-07



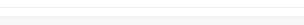
个人催收概况 @

筛选范围: [闪电贷DM] 2017-07



通过时长回款占比 @

筛选范围: [闪电贷DM] 2017-07



The image displays a detailed UI style guide for a mobile application, organized into several sections:

- 聊天历史记录 - 查看本人**: Shows a search interface for personal chat history. It includes a search bar, a dropdown menu for selecting a contact, and a list of search results.
- 针对联系人的聊天窗口**: Shows a detailed view of a specific conversation window. It includes a header with contact information, a message list with timestamps, and a footer with a send button.
- 交互框架**: A large central section titled "交互方案" (Interaction Solution) containing ten rounded rectangular buttons, each representing a different UI component or feature: 基本框架 (Basic Framework), 控件库 (Control Library), 按钮 (Buttons), 列表 (List), 菜单 (Menu), 图标 (Icon), 布局 (Layout), 渐进展示 (Progressive Display), 标签 (Label), 工具提示 (Tool Tip), 链接 (Link), 搜索框 (Search Box), 复选框 (Check Box), and 文本框 (Text Box).

The screenshot shows a web-based application interface. At the top, there's a navigation bar with links like '我的工作', '数据统计', '问题处理', '人员管理', '委派分发', and '线下放款'. Below the navigation is a toolbar with icons for bold, italic, underline, etc. A message box is open, showing a title '系统消息 / 编辑消息' and a section for '消息类型' with two options: '系统公告' (selected) and '上线通知'. The main content area contains a list of five items under the heading '已于 10:21 上线，本次上线内容：'. The items are: 1. 增加数据统计模块, 2. 增加帮助中心模块, 3. 交互、UI全面优化, 4. 还有一些不可描述的新功能. Below this is a large, rectangular gray area with a diagonal 'X' through it, labeled '图片' (Image). At the bottom of the message editor, there are buttons for '发布', '预览', '存草稿', and '取消'.



01

APPLICATION
DESIGN

闪电借款项目



02

MANAGERIAL
SYSTEM

贷后管理系统



03

USER DECISION
PATH ANALYSIS

用户行为路径分析



04

WORKS IN
OTHER STAGES

其它阶段作品

项目背景

为研究用户在还款前后做了什么，去了哪里，而进行了用户行为路径分析。



为什么要这个研究？

WHY DO WE DO THIS RESEARCH

业务需要增长，如何发现拐点？新用户首次交易转化
79.8%，但是复借率为40%，寻找新的机会点。

当日触发规则涉及到A/B/C这3类用户群体，故主要
针对此3类用户分析其行为路径。



研究方法&时间

RESEARCH METHODS AND TIME PERIOD

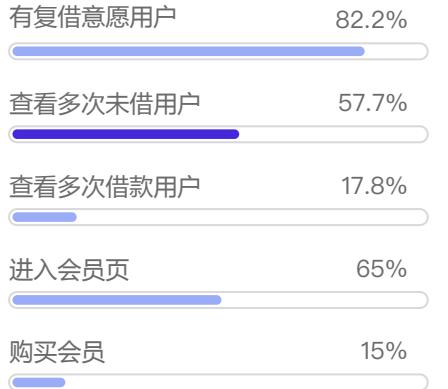
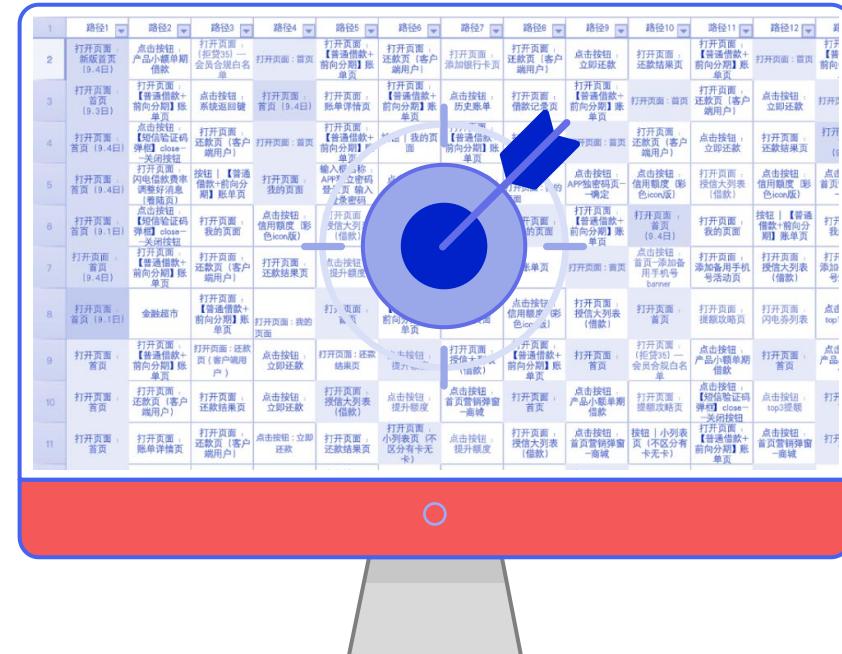
随机选择45位首借还清用户，包含复借及未复借。
查看用户在还款前后的行为路径，包含页面和按键行为，
进行详细记录
分析用户APP/微信访问行为、借款行为、其他页面或按
键行为等，确定用户类型、用户需求

摘录行为路径时间：9.4-9.17

还款用户行为路径分析数据结果

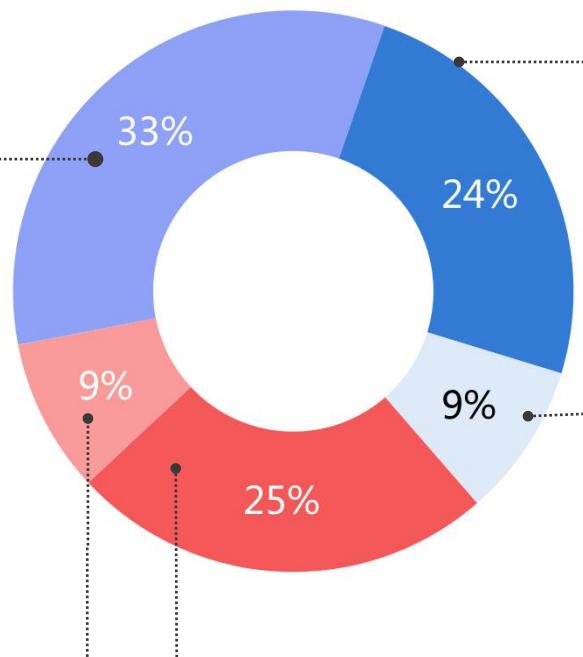
业务分类不同用户的行为

A类/B类用户的行为路径较为相似，用户访问借款、外围行为均较多；
C类用户，行为路径较为简单，主要目的为还款，主要表现为：无复借行为(40%)



用户当天的访问&复借行为数据结果

A类用户 66.7% 意愿强烈，未借款



C类用户 53.4% 意愿强烈，未借款



小结：

资质较好的三类用户，在还款当天，超半数以上均表现出借款意愿强烈的表现，但未交易，需要结合用户特点，有针对的运营。

借款用户目标清晰度 + 整合路径

INTERACTIVE DESIGN



总结机会点

决策类型	借款路径	对比决策	机会点
目标明确 2.2%	明确复借类型 → 还款成功 → 发起借款 → 借款成功		设计用户多次借款、签到激励机制，促使用户多次借款和访问
泛目标 86.6%	未复借-意愿强类型 → 吸引 → 激励策略 → 红包返现 → <ul style="list-style-type: none"> 关注性价比，反复尝试赚取优惠/折扣，力图减免手续费，降低借款成本 复借提额 → <ul style="list-style-type: none"> 关注【额度】，多次主动进入/授信大列表/咨询/查询借款相关问题”的行为 购买会员打折 → <ul style="list-style-type: none"> 重视【借款机会】，有多次进入借款页面，但被规则拒贷，借款未成功 		<ul style="list-style-type: none"> 用户外圈行为较多，尝试在外围页面中设计多种方式引导用户进行借款 设计用户多次借款、签到激励机制，促使用户多次借款和访问
无目标 11.1%	未复借-意愿弱类型 → 吸引 → 激发 → 借款方案推荐 → <ul style="list-style-type: none"> 目标不明确，相对无复借行为用户，锁定几个借款方案，价格比对。 		用户无强烈借款意愿，需要通过长期利益捆绑用户，通过会员优惠、多次借款奖励、登录奖励尝试吸引用户进行访问和借款
	无复借类型 → 吸引 → 激发 → <ul style="list-style-type: none"> 场景氛围 符合场景的借款引导 		引导至第三方借款通道。

研究结论对应项目方案

体验的核心是关键节点提供的内容和用户预期的匹配度，匹配度越高用户体验感越好

红包/返现券/提额券

首页还清用户奖励



签到成功送券



签到成功送能量



签到7天弹窗



签到7天拆开



研究结论对应项目方案

体验的核心是关键节点提供的内容和用户预期的匹配度，匹配度越高用户体验感越好

购买会员享折扣

闪电借款

- 闪电券
- 瓜分1000万
- 提额
- 签到福利

借款服务

掌Buy商城 | 先享受后还款
最高可借额度 30000 去消费

小额单期 | 及时快速到账
最高可借额度 30000 立即借款

— BANNER —

新手必读

- 额度问题
- 借款问题
- 还款问题

首页 账单 发现 我的

闪电借款

开通信用服务，享快速借款

信用服务 | 当前0信用分
获取信用分，借款可享什么优惠码？
限时优惠

成为财神黑卡会员 房产证明 社保认证

获取信用分，立即借款

财神管家会员

开通财神管家黑金会员
会员有效期10天，拒贷全额退

会员尊享特权

办理信用卡	酒店预订	机票预订
火车票预订	门票预订	借款到账率

选择服务套餐

推荐 可兑信用分 200分 可借总金额2000元 ¥ 200	推荐 可兑信用分 400分 可借总金额4000元 ¥ 200	可兑信用分 600分 可借总金额6000元 ¥ 200
--	---	--

温馨提示：可借总金额包含当前在借金额，最终借款金额以实际到账为准。

限时优惠 ¥ 320 ¥ 400 开通会员立享权益

研究结论对应项目方案

体验的核心是关键节点提供的内容和用户预期的匹配度，匹配度越高用户体验感越好

借款方案推荐

还款详情页

还款成功

再借一笔呗~

今日借款立返5元
有效期至2019.04.15
5元
立即借款

我要借款

日综合费率≤0.1% 年化利率36%

¥ 500

单笔可借500-2000元

借多久

- 12期**
- 9期
- 6期
- 50天

返现券
¥ 5 >

借款用途
买房装修 >

收款卡
招商银行 储蓄卡(1790) >

信用服务 | 当前0信用分
获取信用分，借款可享什么优惠码？

成为财神
黑卡会员
房产证明
社保认证

下一步

借款结果

借款申请成功

银行处理中/现金已到账

借款金额：
¥ 1000
内含 ¥ 200财神管家会员

提现卡：
招商银行(1787)

闪电券
返现金红包5元

提高额度
查看账单



01

APPLICATION
DESIGN

闪电借款项目



02

MANAGERIAL
SYSTEM

贷后管理系统



03

USER DECISION
PATH ANALYSIS

用户行为路径分析



04

WORKS IN
OTHER STAGES

其它阶段作品



用声音点亮童年
听故事学知识 凯叔讲故事
亲子故事 轻松哄睡

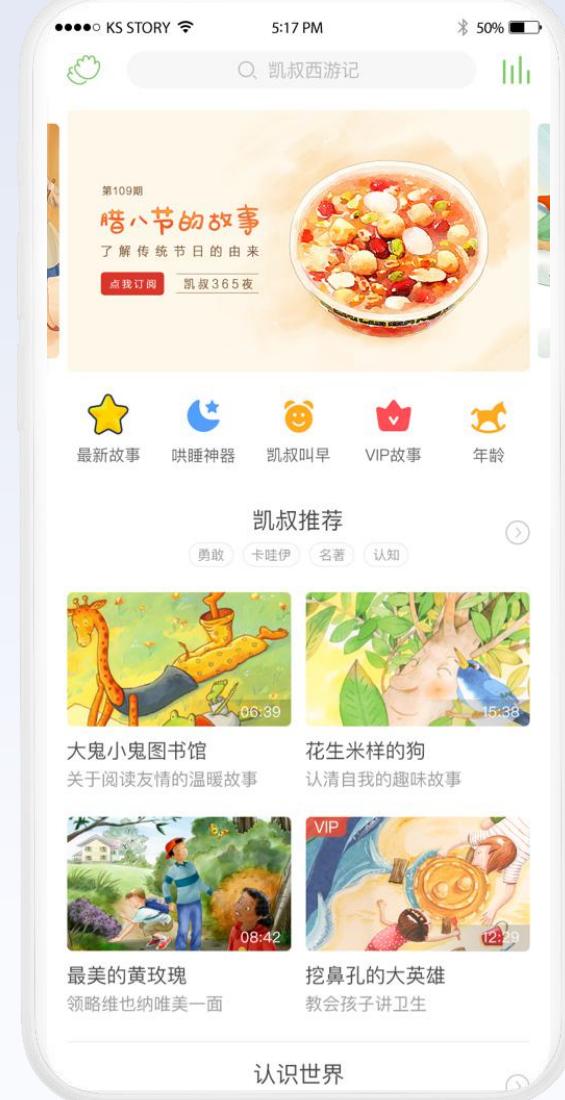
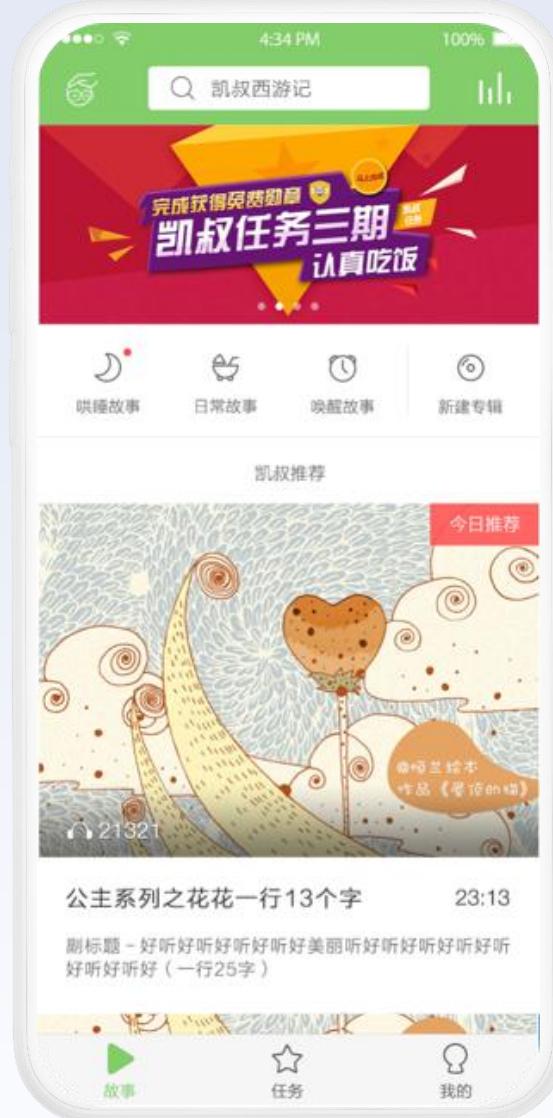
It's about having a good time,
about fun and entertainment.

凯叔讲故事作品展示

Home page design

首 现 状 分 析

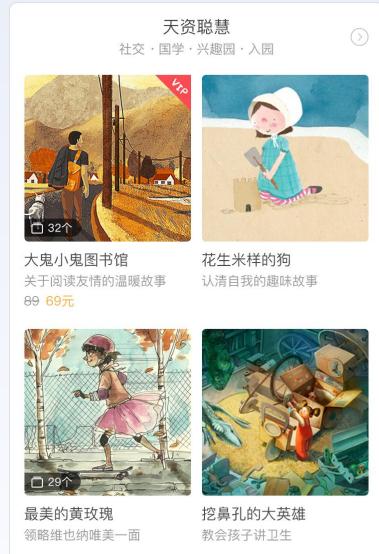
旧版方案采用大图形式展示，翻一屏只有2个故事的展示，美观、大气但用户访问效率比较低。
每个商品对用户决策信息的展示太少。
运营无法方便的通过访问数据分析而调整首页布局。



Home page design

故事模块化设计思路

1. 首页由多个模块组成
2. 首页每个模块可在模块库中选定样式
3. 首页每个模块可指定数据源

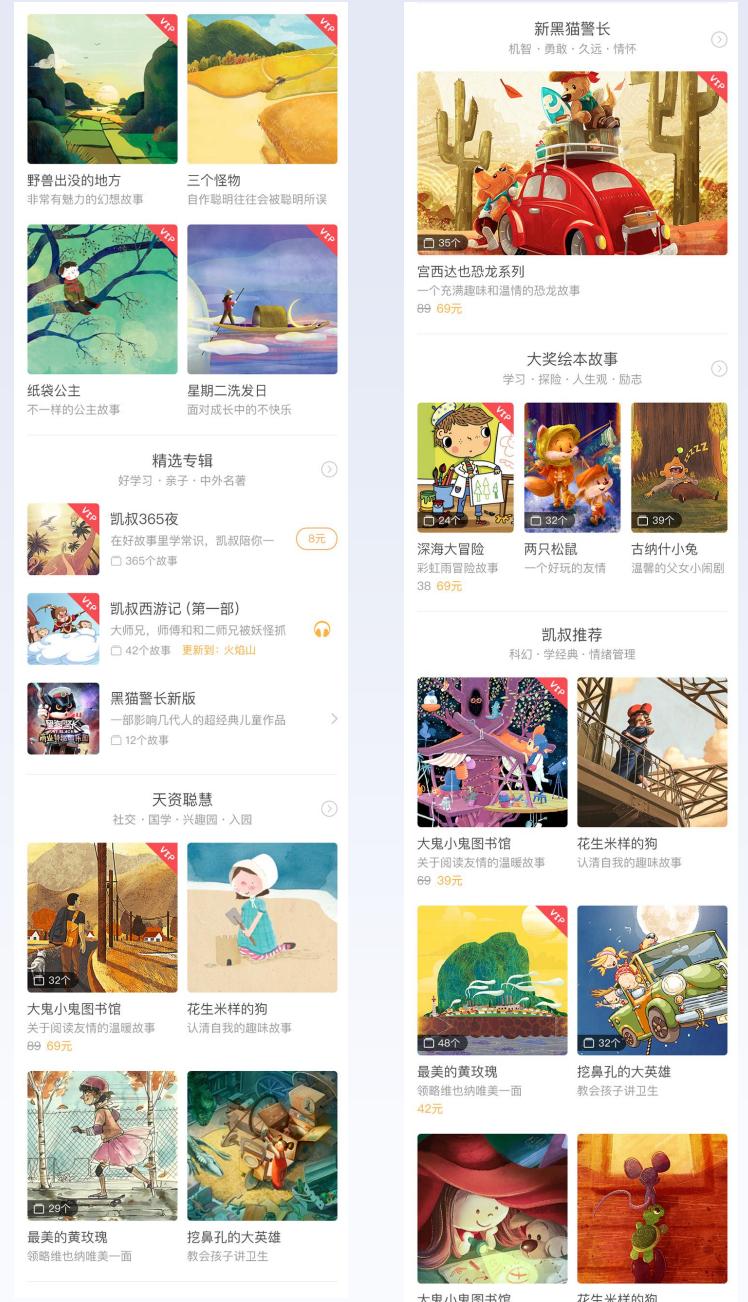


Project objectives—

项目目标

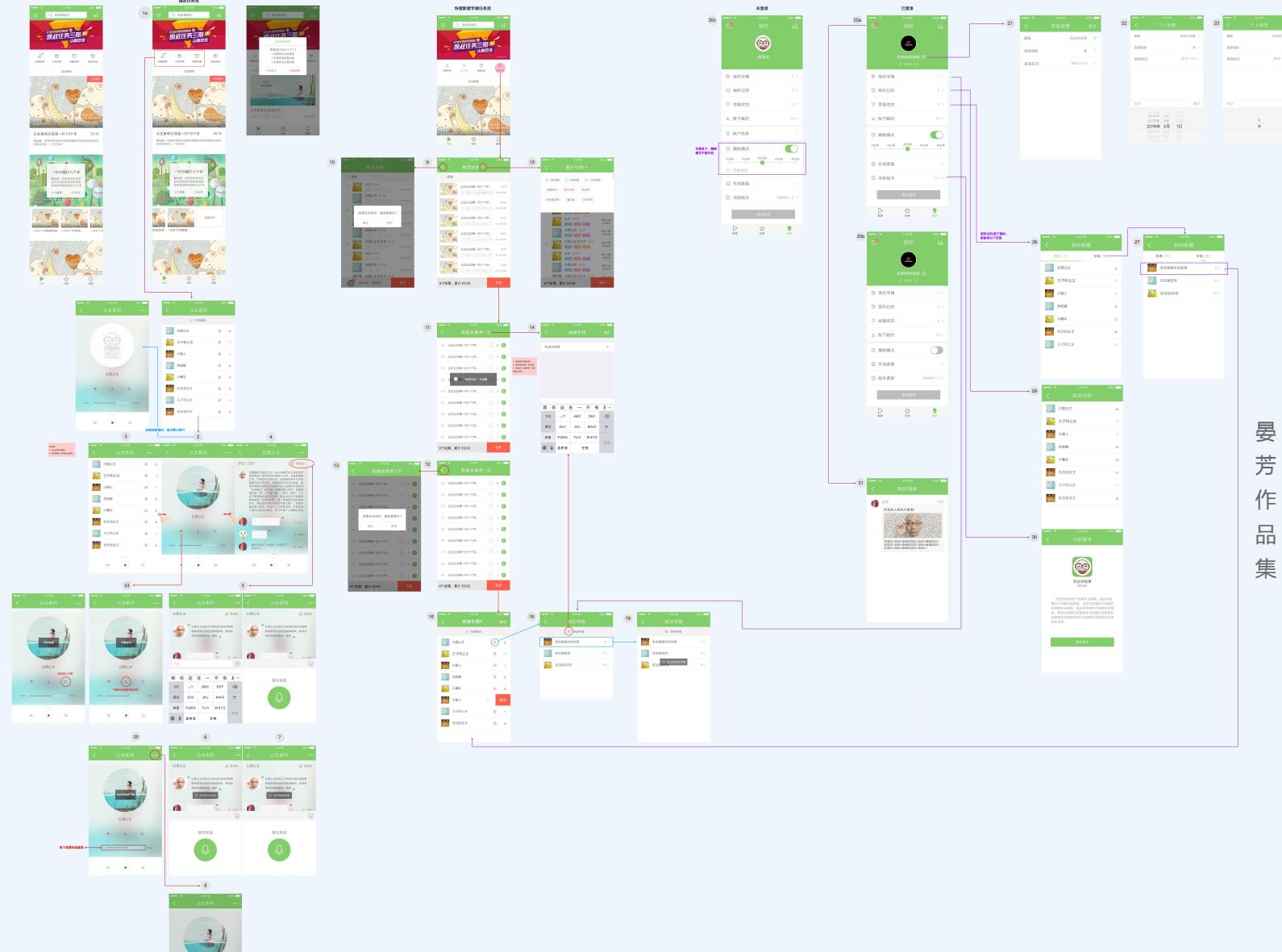
运营人员通过运营数据分析，可以调整首页内容的布局已达到如下目标：

1. 提高用户对内容的访问效率。
2. 提升新户交易量，老户复购率，增加用户购买决策支持。
3. 增加对新内容产品上线灵活支持，后台灵活配置。



Play flow chart

故事播放页面流程



Modular manage -ment-

模块化管理

系统默认显示排序号大于0的、启用状态的、上下架时间范围内的、所属终端范围的banner轮播，如没有符合条数的内容，则显示默认品牌宣传banner。默认品牌宣传banner系统上线时添加。

故事首页管理

[新建楼层](#)

楼层	名称	模版类型	首页显示条数	标题	副标题	标签	显示更多	操作
1	banner	轮播图	5	-	-	-	-	banner修改
2	标签栏	标签	5	-	-	-	-	标签修改
3	vip故事	一行两个	4	vip故事	原创 哄睡 精品	首页-vip故事	有	修改 删除
4	凯叔推荐	一行一个	100	凯叔推荐	无	首页-凯叔推荐	无	修改 删除

备注：
首页前两个楼层为固定楼层，分别为banner和标签栏，支持修改，但不支持删除

Banner修改

[新建Banner](#)

排序号	名称	上架时间	下架时间	类型	终端类型	状态	是否默认	访问次日不显示	操作
0	默认品牌宣传 Banner	2017-1-1	3017-1-1	H5	所有	启用	是	否	修改
1	免费专辑推广	2017-1-1	2017-3-1	专辑	所有	启用	否	否	修改
2	凯叔365推广	2017-1-1	2017-3-1	商品	所有	启用	否	否	修改
3.1	西游记第3部	2017-1-1	2017-3-1	商品	所有	启用	否	否	修改
3.2	西游记第2部	2017-1-1	2017-3-1	商品	所有	启用	否	否	修改
3.3	西游记第1部	2017-1-1	2017-3-1	商品	所有	启用	否	否	修改



10:58 小兔子睡不着(上)

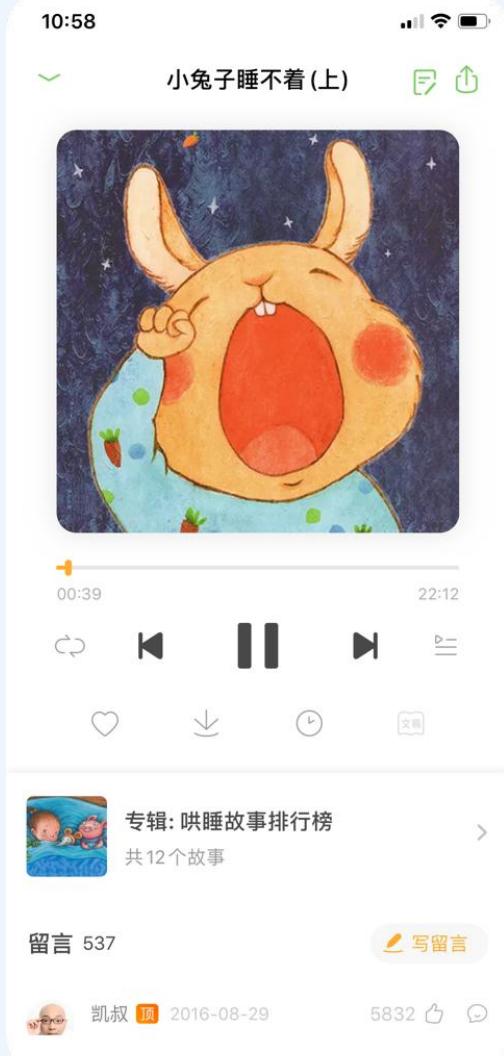
凯叔故事会

简介 故事(89/365) 留言

逃家的小兔
不由叹息一个挺好的女人就这么跟一个缺了...
上次听到这里 08:32

我有友情要出租
伊迪丝这样传统而保守的女性已不再被描绘...
12:39

可恶的坏毛病，统统给我滚开
庞丽娜是真的跟蒋九好了，牛爱国在短暂的...
07:45



你与孩子之间有界限吗?
海文颖

你与给孩子之间有界限吗?

划界限最重要的是行动，在已经习惯的亲情关系版图上重新界定边界，重塑关系模式，其中必然会有痛。任何一段关系在重新划定边界时，心理上都有个重新确认和适应的过程。修习划界限的好... 展开

专家简介

美国GTI 总部认证的P.E.T. 父母效能训练资深讲师
12年自我成长、6年深度着迷亲子沟通
5年陪伴一名小学生的成长

划界限的最佳时机

当孩子对一件事物处于认知敏感期的时候，是最佳划界限的时机。需要协助孩子认清自己的领地边界，要忍心不插手。如果父母有任何情绪、感受，都属于自己的，需要对自己进行倾听、共情，在界限内折腾自己。







创作者中心

给 创 作 者 好 的 工 具 , 帮 他 们 在 优 酷 做 大 做 强

商业目标&项目背景

BUSINESS OBJECTIVES 2014

得粉丝者得天下

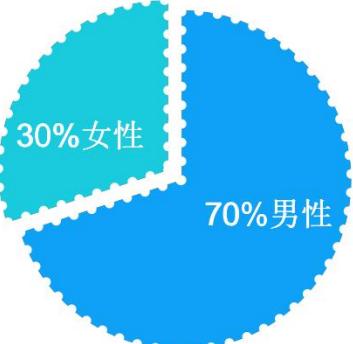
创作者中心是为视频上传者 (UGC & PGC) 提供的一套 前端+后台 管理工具，用户可通过原创者中心进行视频管理，观众管理，收入管理等功能。

2014年是粉丝经济发力的一年。业务核心逻辑的基础:得粉丝者得天下。
在粉丝经济时代，收入由两方面共同决定，一是粉丝数量，二是ARPU值，
即粉丝质量。

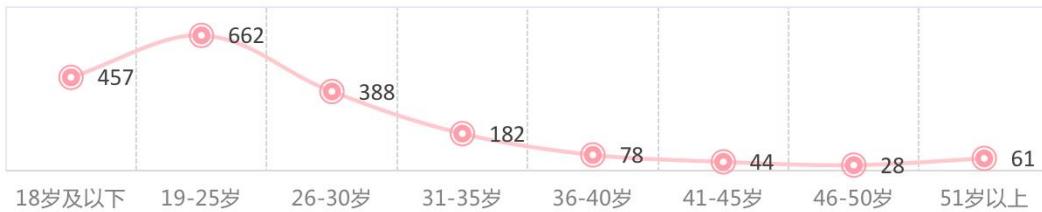


用户研究

全站用户



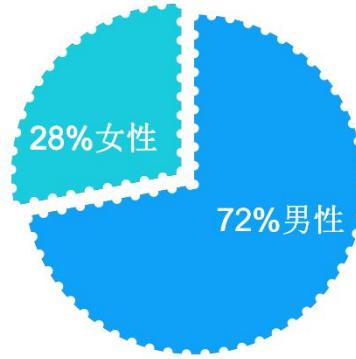
年龄分布



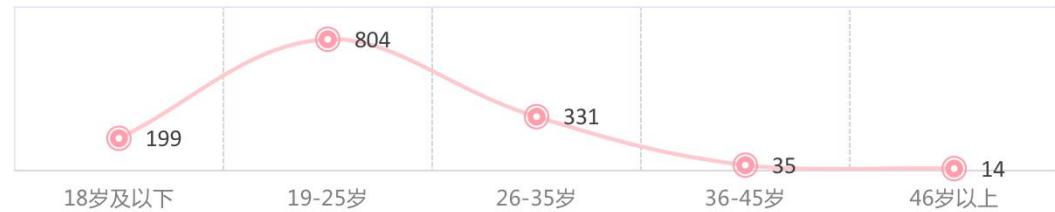
职业分布



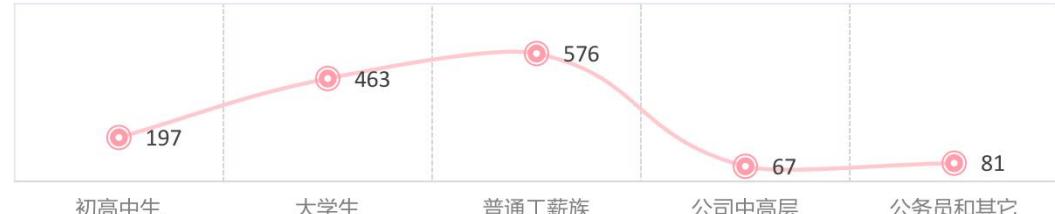
互动用户

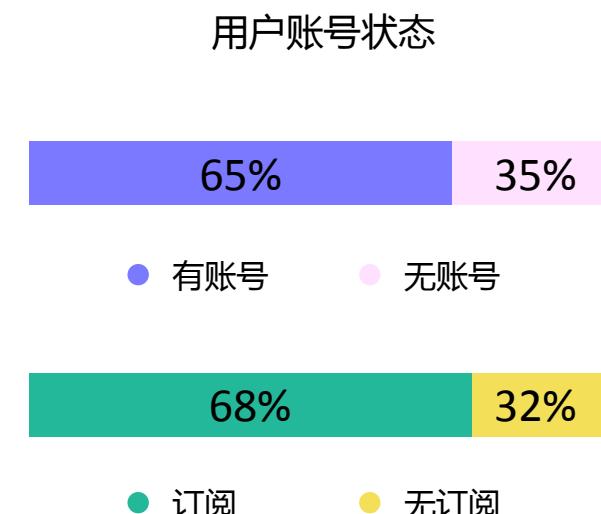
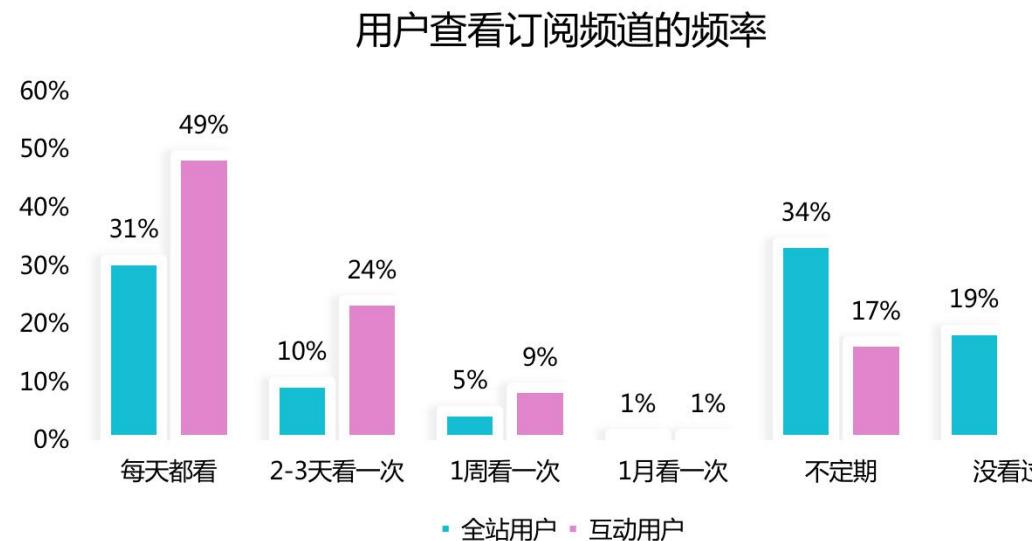


年龄分布



职业分布





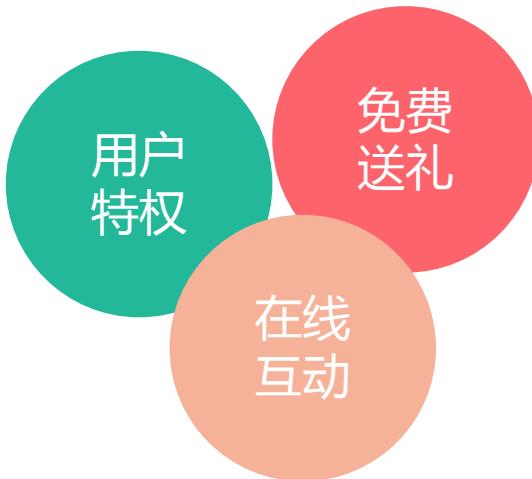
小结：

- 用户查看订阅频道的频率不固定。
- 近半数互动用户每天都看。

小结：

多数全站用户已养成登录和订阅习惯

粉丝型用户 vs 摆摆型用户 vs 传统型用户



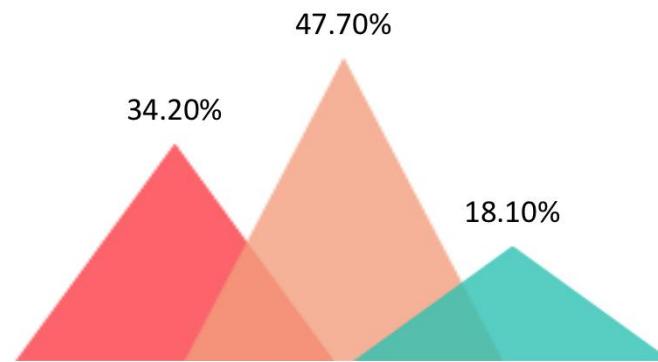
快速聚类分析

对免费送礼、在线互动及用户特权三个变量进行聚类，
发现三类用户间存在显著的差异。

聚类变量	1	2	3
免费送礼	4.46	3.33	2.31
在线互动	3.84	3.02	1.63
用户特权	4.58	3.12	2.31

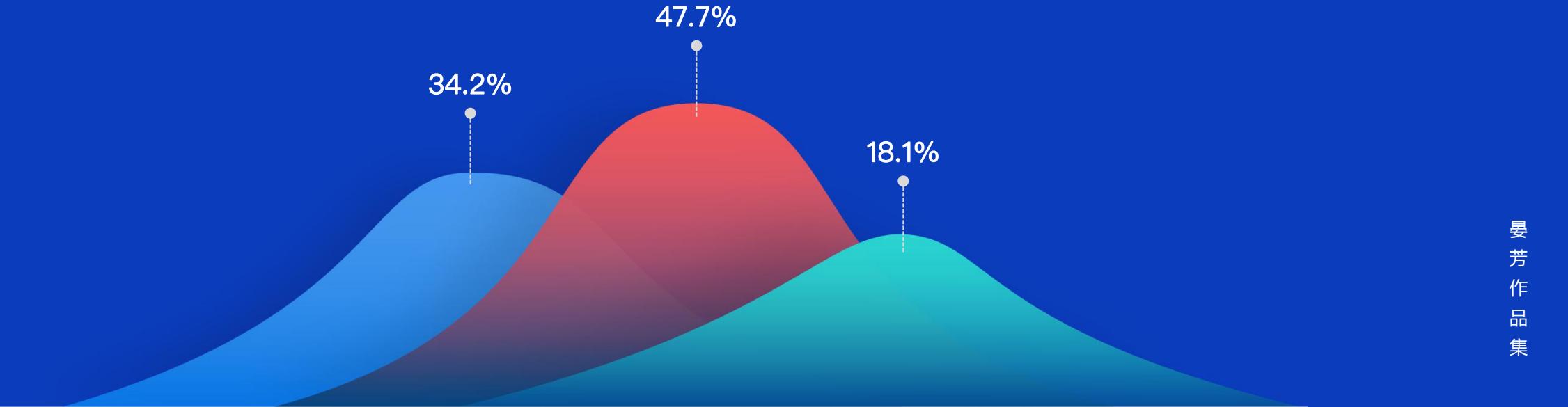
用户类型

▲ 粉丝型 ▲ 摆摆型 ▲ 传统型



用研小结

● 粉丝型 ● 摆摆型 ● 传统型



- 订阅还需要大力推广，提升内容吸引力和用户粘性；
- 粉丝型用户占三分之一，粉丝经济已经有一定用户基础，值得尝试；
- “粉丝经济”定位：聚焦于娱乐、综艺及搞笑类UPGC订阅频道中的年轻化内容；
- 免费送礼和用户特权最受欢迎，“个性评论”在各项特权中最受喜爱，可从此入手；
- 对在线互动群体最青睐的群体多为31-35岁用户，建议互动方式更成人化；
- 付费观看喜爱程度低，可考虑不做付费抢先看或粉丝更活跃后再做付费观看特制内容，价格在5元以内；
- 男性比女性更有可能付费，可考虑先从男性更喜欢的UPGC内容入手；

视频管理类界面

INTERACTIVE DESIGN

PGC、UGC们每日每周都要上传最新作品，对于作品的管理及运营，是他们的硬核工作内容。

视频的基本信息、时间顺序。

视频带来的收入总额。

该视频参与的平台推广渠道标识。

关于视频“增删改查”的一些基本操作。

This screenshot shows the Youku Creator Center interface. The top navigation bar includes links for '首页' (Home), '频道' (Channels), '搜索' (Search), '上传' (Upload), '会员' (Membership), 'APP下载' (App Download), and a user profile for '迪洋'. Below the navigation is a secondary menu with '原创者中心' (Creator Center) as the active tab, followed by '首页' (Home), '视频管理' (Video Management), '订阅推送' (Subscription Push), '观众运营' (Audience Operation), '创收工具' (Revenue Tools), and '数据分析' (Data Analysis). A '我的频道' (My Channel) and '原创者社区' (Creator Community) link are also present.

The main content area is titled '编辑' (Edit) and contains several sections:

- 基本信息:** Includes fields for '标题' (Title: 'barfk00777的视频 2014-02-28 12:14'), '标签' (Tags: '优酷拍客 iPhone 拍客 原创'), and '封面' (Cover Image).
- 注释信息:** Shows a preview of the video frame and a '截图' (Screenshot) button.
- 热区订阅:** Displays a map of hot regions on the video frame.
- 设置封面:** Buttons for '自选封面' (Self-select Cover) and '系统封面' (System Cover).
- 简介:** A large text input field for video descriptions.
- 版权:** Radio buttons for '原创' (Original) and '转载' (Reposted).
- 隐私:** Radio buttons for '公开' (Public), '仅对订阅的人公开' (Visible to Subscribers), and '设置密码' (Set Password).
- 验证码:** A CAPTCHA input field with a '看不清,换一张' (Can't see it? Get a new one) link.
- 保存:** A blue '保存' (Save) button at the bottom left, and a '取消' (Cancel) button at the bottom right.

This screenshot shows a list of uploaded videos from the Youku Creator Center. The top navigation bar is identical to the previous screenshot. The main content area is titled '我上传的' (Uploaded) and displays a table of uploaded videos:

视频	创收状态	发布状态	热度
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 认 批 卖	区上传中 区发布中... 高清转码中... 正在推荐 ▲不可删除	196 196 196
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 认 批 卖	区上传中 区发布中... 高清转码中... 正在推荐 ▲不可删除	256 256 256
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 批	区上传中 369 369 369	
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 认 卖	区上传中 高清转码中... 正在推荐 ▲不可删除	758 758 758
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 批	区上传中 96 96 96	
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 认 批 卖	区上传中 369 369 369	
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 认 批 卖	区上传中 576 576 576	
mov146.mp4	¥6,888 查看预估收入 AD 认 批 卖	区上传中 478 478 478	

Each row in the table provides details such as the video title ('mov146.mp4'), upload date ('2015-12-16 17:45'), estimated income ('¥6,888'), and actions like '查看预估收入' (View Estimated Income), 'AD' (Advertisement), '认' (Recognized), '批' (Reviewed), and '卖' (Sell). It also indicates the video's status ('区上传中' (Uploading), '区发布中...' (Published), '高清转码中...' (High-definition conversion), and '正在推荐' (Recommended)). The last column shows the number of views ('196', '256', etc.) and download counts ('196', '256', etc.).

收入管理类界面

PGC、UGC对于作品的运营数据分析（主要关注：观看数据、付费数据）有很强需求。

收入信息管理：

- 用户7天内收入（默认周期），播放量和收入的双重展示。
- 所有视频带来的总收入。
- 收入推广渠道的申请功能。
- 所有作品的收入排行。



PGC用户更希望提供能够管理大量订阅用户 和 群发站内信的工具，来和粉丝沟通。

粉丝订阅主播，与主播之间互动所产生的数据，都会及时汇总给主播。

粉丝管理和沟通

The screenshot shows the Youku Audience Management interface under the 'Fan Management - Subscribed Fans' section. The top navigation bar includes 'YOUKU 优酷 首页' (Home), '频道' (Channels), a search bar, and user account links. The main menu tabs are '服务中心' (Service Center), '视频管理' (Video Management), '观众管理' (Audience Management) (which is selected and highlighted in blue), '数据分析' (Data Analysis), and '创收平台' (Revenue Platform). On the left, a sidebar menu lists '首页概览' (Home Overview), '观众数据概览' (Audience Data Overview), '订阅用户数据概览' (Subscribed User Data Overview), '粉丝管理' (Fan Management) (selected), '订阅粉丝(58)' (58 Subscribers), '评论过粉丝(58)' (58 Commented-on Fans), 'ASDF (58)' (ASDF 58), '+ 新建分组' (+ New Group), '粉丝消息管理' (Fan Message Management), '历史消息查询' (Historical Message Query), and '消息素材管理' (Message Material Management). Below the sidebar is a '昨日关键数据' (Key Data Yesterday) summary table:

新增订阅用户	取消订阅用户	累计订阅用户
6	0	18466
日 + 0%	日 --	日 + 1.6%
周 - 50%	周 --	周 + 6.9%
月 --	月 --	月 + 181.8%

Below the summary is a search bar with filters for '订阅时间' (Subscription Time) (set to '7天' (7 days)), '只看未订阅粉丝' (Only看未 Subscribed Fans), and a search input field. A large table below displays 1234 total fans, each with columns for '头像' (Avatar), '昵称' (Nickname), '地域' (Region), '性别' (Gender), '年龄' (Age), '被订阅数' (Number of Subscribers), '评论数量' (Comment Count), '订阅时间' (Subscription Time), '优酷会员' (Youku Member), '粉丝兴趣标签' (Fan Interest Tags), and '操作' (Operations). Each row shows a placeholder nickname '古剑12345678952' and other demographic and behavioral data.

Thanks for your time

晏芳作品集

✉ yanfang_better@126.com

📞 18618162085

