# 述职答辩

## 述职15min，Q&A15min

计划：

述职12分钟左右（按此时长安排演讲稿长度，约优秀报告答辩的两倍，约2500字左右）；

自我介绍：1分钟 – 200-250字

重点项目介绍：8分钟 – 1500-1600字

评优：0.5分钟 – 100-150字

后续跟进计划（另含自己职业生涯发展的一些规划）：2-2.5分钟 – 500字

自我介绍部分：349

P1 各位评委下午好，我是张煜东，现杭州用户研究部Insight研究组的分析US。接下来15分钟，我将为各位评委，也为自己过去两年多的工作进行一次陈述和总结，请各位批评指正。

P2 这里是我的一些基本情况，自校招进入公司以来，我所跟进的产品主要有四款：分别是早期服务的神都夜行录、猎魂觉醒，当前主要跟进的王牌竞速，以及即将于本月上线的坦克连竞技版，我均作为主要跟进人参与其中。特别是H65王牌竞速，我从19年底首测跟进至今，目前作为用研接口人和主US，统筹项目相关用研工作。

P3 我本次述职主要分成三块内容，第一部分：我会以H65中的几个重点项目来阐述我跟进产品过程中的一些行为准则，和具体的跟进思路，当然也包含相关落地效果，工作的价值；第二部分是评优分享相关内容，最后则是我对于后续跟进工作的计划，也包含一些作为us职业生涯规划发展的想法。

重点项目介绍：1797

P4 第一部分，重点项目介绍。首先简单介绍一下H65项目，它是公司开发的第一批竞速类游戏，事实上也是最早上线运营的。作为新品类的首次尝试，公司给予了非常高的重视，且据我所知甚至没有设定营收目标，因为它要面对的是被qq飞车、跑跑卡丁车、狂野飙车洗过几轮的红海市场。在这个大背景，和我们测试期做的几次商业化评估下，我也明确了自己，或者说是H65的跟进思路，那就是“我们要让这个游戏先活下去”，非常低姿态但是很现实。

P5 在这个跟进思路下，从测试到上线，我们主动推进了两个系统性的项目，“降门槛”和“综合付费提升”研究。这里列举了项目的一些概况，简单来说都是在新增量级无法与竞品抗衡的假设下的求生措施，“降门槛”是让玩家留下来，稳留存做大DAU，“综合付费提升”是为了提升ARPU，助力回本盈利。

P6 具体来看“降门槛”项目，我们为什么要降门槛？我们是一个是以竞速为核心，加入了车辆技能主打团队配合，保留竞速乐趣，同时降低传统竞技挫败感的游戏。初期吸量的主要群体为竞品流失玩家，其它竞速游戏爱好玩家，现实车辆爱好者，下沉玩家、泛/女玩家。毕竟qq飞车和跑跑上线都超过两年，市场上存在着大量的竞品流失玩家，优势是这部分群体比较容易触达，劣势在于整体相对q飞和跑跑上线初期更泛，这些玩家更容易因为各种上手门槛因素而流失。初期测试结果也确实体现出了这个问题，新手引导、新手局上手难度、赛道体验等维度均有明显痛点，在没有端游ip加持，新增量级必然无法比拟竞品的情况下，为了“让这个游戏活下去”，我们判断“降门槛”是测试期一直到公测上线初期的核心工作之一。

P7 那我们做了什么？怎么做的？我的方法，或者是行为准则是“明确什么时候该做什么，对不同群体采取针对性措施”。降门槛系统性研究主要由四小部分组成，测试期迭代为主的新手引导优化、公测后对AI局投放、回流系统的调优和周活系列专项研究。具体措施细节我这里跳过，总结一下就是我们对新增玩家大幅提升前期体验，降低准入门槛；对回流、低活跃度玩家大幅削减了再上手难度，降低了重新融入的门槛。且除了回流系统初期设计，包括它后续的调优和其他三个项目都是我们主动推进产品迭代的。上述项目中建议措施都是建立在可信的数据，深入的体验上，得到了产品策划的认可且最重要的是，有不错的落地效果。自7.23公测后，我们各类群体留存均不降反增，以次周留存指标进行评估，新增 + 9%，回流 + 11%，活跃 + 22%。在同期日均新增数量减少43%的情况下，我们的DAU十分惊人地保持稳定。

P8 第二个例子，“综合付费提升”。毕竟为了“让游戏活下去”，商业化调优也是必不可少的。与“降门槛”项目突出“用研接口人的判断、统筹能力”不同，这个项目我更想强调我作为US的数据敏感性，和使用数据的能力。依然是分为几个阶段：

在付费测前，主要是基于对H65商业化的评估，和对竞品的跑查，将游戏付费内容进行拆解，分析对比SKU，总结当前产品确实付费点，列举建议排列优先级汇报给产品，产品高度认可且60%以上建议得到了排期落地。

P9 在付费测期间我完成了对于投放完备性的验证，和UI等兄弟智能配合进行付费转化的优化。这里还有个小故事，初期付费策划一直坚持在用二级代币计费的普通池里投放一级代币，我一直对此颇有微词，说实话就是我一直觉得十分离谱，一直白嫖怎么可能付费；不过鉴于他坚持营造整体福利感、和承诺会控制免费二级代币的投放数量，我在付费测之前也一直没说啥。结果付费测拉数据一看直接崩了，免费获取的一级代币是充值获得一级代币的58.2%。福利是到位了，但是营收是没了。用数据说话那自然大家都没问题了，事后公测也修正了这个问题。最终受惠于上述一些措施，我们游戏公测首周ARPU比付费测高12.7%。

P10 公测后的工作相比就会更加具有系统性，更加的精细化。吸取了之前的经验，我们与付费策划合作，系统性配置了资源投放、回收的指标监控体系，充分发挥了US的有数，也促进产品组数据运营意识提升，至今投放相关依然是H65访问量最高的指标之一。第二：我们紧密跟进产品付费系统方面的迭代，评估总结，推动优化和更多新付费点、付费形式的设计。毕竟现在我们已经成功活下来了，那后续的跟进思路要逐步想着“如何活的更好“转变。第三，就是一直持续性的推动产品进行精细化运营，我们有ppt里展示的，最直接看得见效果的精细化推荐业务，流水占比超10%，ARPU提升3-4%；我们也有针对不同群体在付费偏好、付费形式方面的调研，这些都遵循着“因人而异”的准则。

以上就是我本次陈述的主要项目案例。

评优：

P12 第二章，分享评优。我核心参与的评优报告有9篇，部门内分享2次，参与校招、社招面试50次以上，指导校招新人4人，目前主要带着3位校招同学跟进H65和H67。

后续跟进计划：