

# 《用户体验分析评价和缺陷管理》企业辅导方案

## 壹、工作目标和内容

本次项目主要针对企业进行“用户体验分析评价”方面的辅导，主要包括以下内容

- **用户体验的分析与评测的基本流程**——该模块主要描述了用户体验包括什么？用户体验研究工作如何开展？用户调研的方式如何？
- **用户体验模型的建立**——如何分解各项用户体验指标？用户体验指标如何被消费者感知、评价和度量。该模块主要是分析不同消费者有不同的需求，对于用户体验的构成模型也是不同的！如何从用户使用的角度，进行用户体验模型的建立？
- **产品问题的分析与缺陷管理**——如何分析用户的反馈、故障和投诉？
- **市场分析与产品定位**——该模块主要讲如何进行市场调研，进行竞品分析，确定产品定位，确定产品最终的用户体验模型！

## 贰、服务方式和流程

本次采用“培训+辅导”方式，形成用户体验的相关报告、表格和工具。

- 第一天：《用户体验研究基本方法和流程》培训
  - ◇ 用户体验的基本原理、流程和方法
  - ◇ 用户体验报告的撰写
  - ◇ 用户研究的方法
  - ◇ 用户体验的基本维度和指标
  - ◇ 产品测试和缺陷管理
- 第二天：《用户体验分析建模》培训+辅导
  - ◇ 用户群细分和用户画像
  - ◇ 用户任务、流程和活动图
  - ◇ 使用场景分析
  - ◇ 用户体验研究相关管理表格工具设计
- 第三天：《用户体验指标分解》培训+辅导
  - ◇ 产品性能类体验指标分解
  - ◇ 可用性指标分解
  - ◇ 适用性指标分解
  - ◇ 安全性指标分解

- ◇ 经济性指标分解
- 第四天：《产品问题和缺陷分析》培训+辅导
  - ◇ 客户投诉、陈述和问题的定义
  - ◇ 问题的分析
  - ◇ 问题的评估
  - ◇ 问题的反馈和管理
- 第五天：《竞品分析和产品定位》培训+辅导
  - ◇ 竞品分析
  - ◇ 用户偏好指标选择
  - ◇ 产品绩效目标
  - ◇ 产品质量指标和规格定位

### 参、项目辅导计划

序号	项目	内容	工作产出
<b>第一天：《用户体验研究基本方法和流程》培训</b>			
1	《用户体验研究基本流程》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户体验研究的目标和目的</li> <li>● 用户体验研究的流程</li> </ul>	
2	《用户研究的基本方法讲解》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户体验指标的类型</li> <li>● 情景分析法</li> <li>● 用户体验的度量</li> </ul>	
3	《用户体验报告的撰写》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户体验报告的基本内容和结构</li> <li>● 用户体验报告的撰写</li> </ul>	《用户体验报告的纲要设计》
4	《问题反馈和缺陷管理》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品缺陷的类型</li> <li>● 产品缺陷管理的流程</li> </ul>	《产品缺陷管理流程》 《产品问题的反馈和评估表》
<b>第二天：《用户体验分析建模》</b>			
1	《用户群细分和用户画像》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户群的细分</li> <li>● 用户特征和用户画像</li> </ul>	《用户画像》
2	《情景分析》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户活动场景</li> <li>● 流程设计</li> </ul>	《用户测试场景和测试流程设计》
3	《用户测试用例》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 测试用例的类型</li> <li>● 测试用例的内容</li> <li>● 测试方法和要求</li> </ul>	《用户测试用例》

4	《产品性能测试》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 质量和性能测试</li> <li>● 数量和容量测试</li> <li>● 浪费和损耗</li> </ul>	《产品性能类测试用例》
<b>第三部分：产品营销模式的创新和改进</b>			
1	《人机交互测试》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 可用性</li> <li>● 愉悦性</li> <li>● 可识别性</li> <li>● 便捷性等</li> </ul>	《人机交互类测试用例》
2	《适应性测试》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 有效性</li> <li>● 适用环境</li> <li>● 稳定性</li> </ul>	《适应性测试用例》
3	《安全性测试》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 非常规操作</li> <li>● 功能损坏</li> <li>● 环境干扰</li> </ul>	《安全性测试用例》
4	《经济性测试》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 空间占用</li> <li>● 资源耗用</li> <li>● 成本分析</li> </ul>	《经济性测试用例》
5	《冲突和优先级分析》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 用户角色之间的冲突研究</li> <li>● 同角色在不同环境下的需求冲突</li> <li>● 基于购买模型的需求优先级分类</li> </ul>	《用户体验优先级等级》
<b>第四天：《问题分析和缺陷管理》</b>			
1	《客户投诉和反馈》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 客户的反馈和投诉类型</li> <li>● 问题的释义</li> <li>● 问题的权重</li> </ul>	《客户反馈登记表》
2	《问题的分析和申诉》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 问题的定义</li> <li>● 问题的分解</li> <li>● 问题的评估</li> </ul>	《客户反馈的申诉处理》
3	《产品结构分析》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 基本工作原理设计</li> <li>● 产品构架的多种设计方案</li> <li>● 设计方案的讨论</li> </ul>	
4	《产品缺陷研究》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 需求—功能—规格矩阵</li> <li>● 冲突需求对产品功能结构产生的问题</li> <li>● 问题的分解</li> <li>● 创新型解决问题</li> </ul>	《产品故障清单和处理》

第五天：《竞品分析和产品定位》			
1	细分客户群和目标市场	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市场细分的方法和过程：不同的工作目标对细分的标准有什么区别？</li> <li>● 市场细分的维度细分：功用、渠道、理念和偏好等</li> </ul>	
2	《竞品分析》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 竞品的识别</li> <li>● 对标的维度和指标</li> </ul>	
3	《产品绩效目标》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品当前的生命周期</li> <li>● 产品绩效考核指标</li> </ul>	
4	《产品定位和评测标准》	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品的市场选择和定位</li> <li>● 产品定位的基本维度和指标</li> <li>● 产品用户体验的基准值</li> </ul>	《产品用户体验标准清单》