

# “洞悉人心，提升体验”——用户研究的技巧和案例

---

## 课程背景：

流量越来越贵，拉新越来越难。随着流量红利的结束，只有消除流量利用的“阻力”，提高流量的转化率才能保证企业的营收。

但是一些被忽视的体验问题，往往会严重影响用户的购买欲望，本次课程将系统的介绍用户研究的方法，以及用户研究提升用户体验的技巧，并通过分析京东、百联等知名企业的典型案例，帮助企业站在“巨人”的肩膀上，快速提升用户体验，增加企业收入。

## 课程收益：

- 掌握评估提升用户体验的方法
- 掌握用户研究的主要方法和技巧
- 掌握数据分析的方法和技巧
- 了解知名企业提升用户体验的应用

## 课程对象：

运营商产品运营、电商平台运营、用户研究人员、客服服务

## 授课方式：

课堂讲授、分组活动与演练、案例讨论与代表发言

## 课程时长：

1~2 天

## 内容大纲：

### 第一部分：用户研究概述

1. 关于用户研究和用户体验
2. 提升用户体验的三个层次和典型问题分析
3. 体验评估（NPS 指标）的定义和应用技巧
4. 用户研究的主要方法和策略组合技巧
5. 绘制用户体验全景地图的方法和技巧

### 第二部分：用户研究实用技巧

- 1、让用户的行为告诉你问题出在哪里——可用性测试技巧
  - 可用性测试的作用和局限性
  - 可用性测试的评估十原则

- 可用性测试的整个过程
  - 如何设计测试方案
  - 如何招募样本用户
  - 如何实施现场测试（远程？）
  - 如何分析研究数据（SUS等）
  - 如何撰写分析报告
  - 可用性测试的几个注意点（酬金、时间）
  - 可用性测试案例分析
- 2、了解用户的利器——深度访谈技巧
- 深度访谈的作用和局限性
  - 访谈框架设计
  - 访谈的整个过程
  - 如何开始你的访谈
  - 访谈的几个关键点
  - 如何应对不同类型的人
  - 如何记录访谈纪要
  - 访谈的几个实用技巧
- 3、让用户来回答你的困惑——问卷调研技巧
- 问卷调研的作用和局限性
  - 问卷调研的基本步骤
    - 确定调研的问题
    - 确定调研目标
    - 确定调研设计的方案
    - 确定信息的来源和分类
    - 确定收集资料的方法
    - 问卷设计
    - 确定抽样方案的样本容量。
    - 收集资料
    - 分析资料
    - 撰写调研报告合并演示。
  - 问卷设计技巧
    - 问卷的适用范围
    - 问卷设计的方法
    - 问卷调研的偏差控制
  - 市场调研的基本方法：在线调研
    - 在线调研的适用范围。
    - 在线调研的问题设计方法
    - 在线调研工具
    - 社群和社区
  - 市场调研的基本方法：信息汇总法。
    - 信息汇总的适用范围
    - 信息的质量评估
    - 信息汇总的方法
  - 市场调研的基本方法：数据分析。

- 数据分析的适用范围。
- 数据分析的解读。
- SPSS 工具的应用。

### 第三部分、让数据为你创造价值——数据分析技巧

1. 大数据和 BI 分析的异同点
2. 大数据分析的 4 个步骤及技巧
3. 可用性效果的评估 (SUS)
4. 用大数据成功构建用户画像
5. 用户价值分析和客户细分技巧
6. 流量利用率的阻力指数分析

### 第四部分、综合应用案例分享

- 1.** 京东电商平台的体验提升和运营优化案例
- 2.** 电信运营商融合套餐业务的体验优化和服务提升案例
- 3.** 百联商城用户研究和精准营销案例