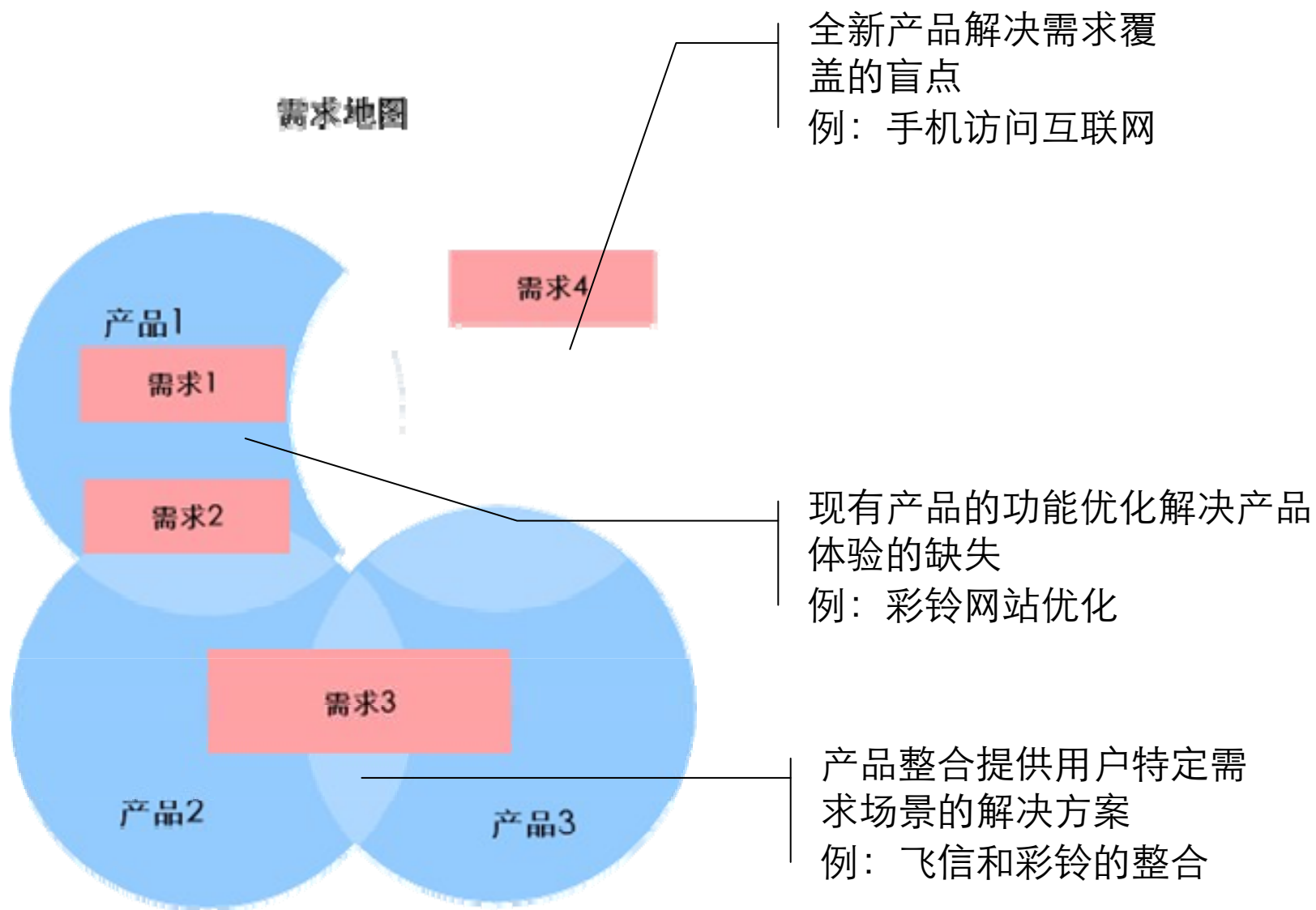




# 基于用户体验的 移动产品创新

北京移动 张平宗  
2008年11月

# 产品创新的三个种类

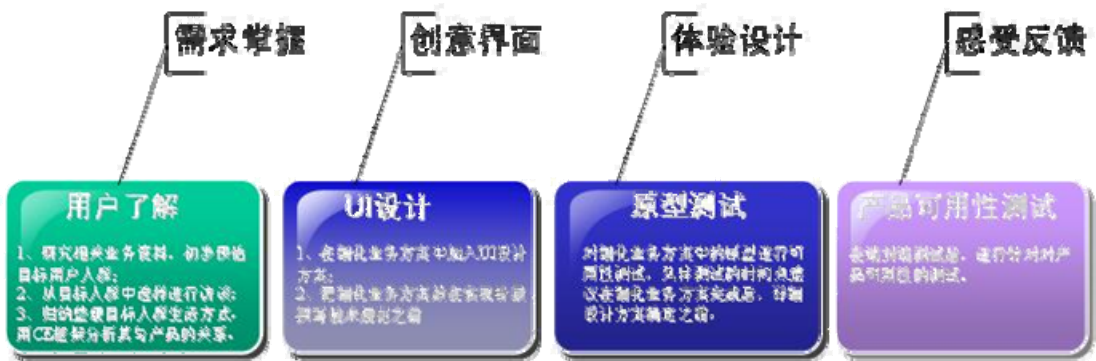


# 产品创新机制总图

目标

创造用户需要的，体验良好的业务

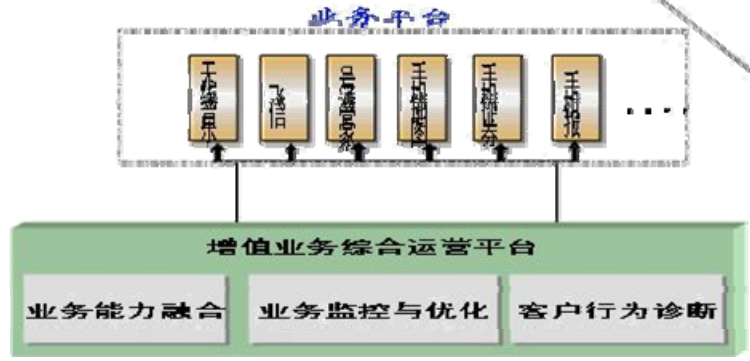
全程用户参与的创新过程



质量评估



数据业务运营平台



# 建立“以用户为中心”的产品开发过程，让用户全程参与产品设计开发过程

- 建立完善的“以用户为中心”的产品开发流程

### 用户了解

- 1、研究相关业务资料，初步预估目标用户人群；
- 2、从目标人群中选样进行访谈；
- 3、归纳整理目标人群生活方式，分析其与产品的关系。

### UI设计

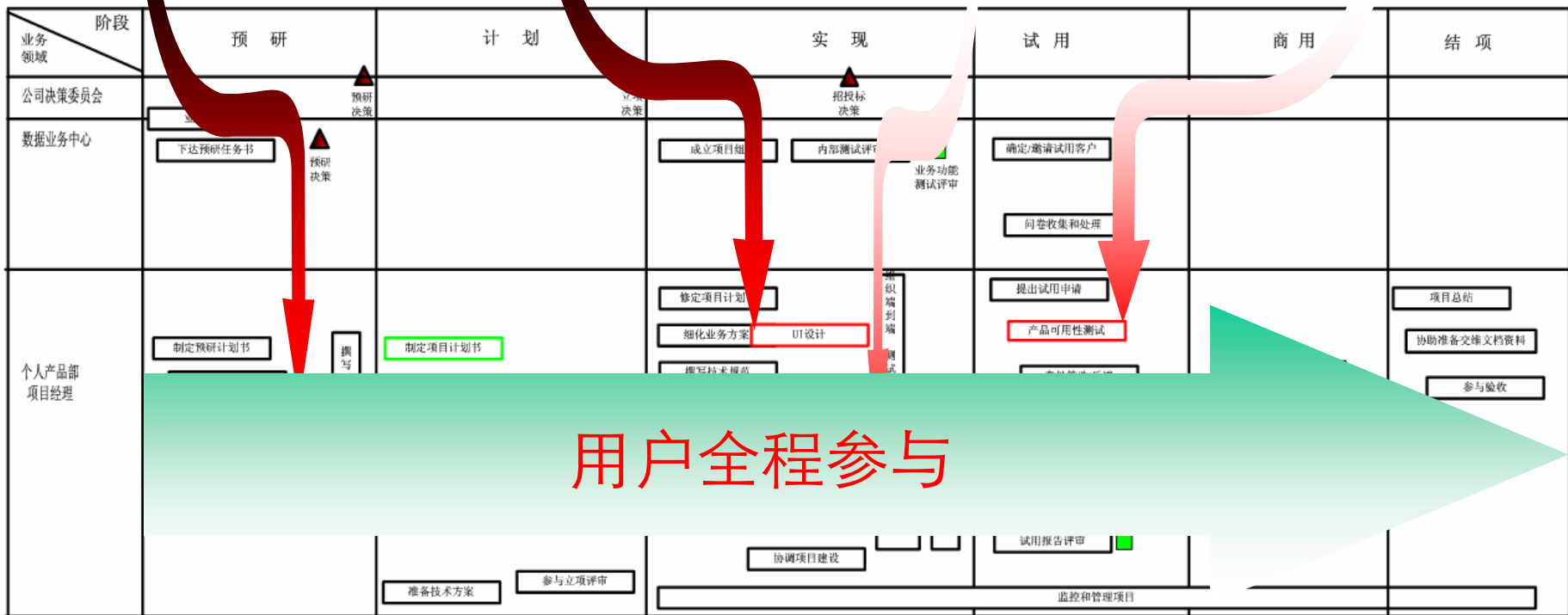
- 1、在细化业务方案中加入UI设计方案；
- 2、把细化业务方案放在实现阶段撰写技术规范之前

### 原型测试

对细化业务方案中的原型进行可用性测试，具体测试的时间点建议在细化业务方案完成后，详细设计方案确定之前。

### 产品可用性测试

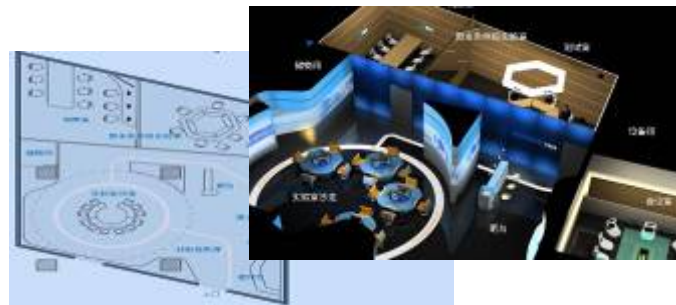
在端到端测试后，进行针对对产品可用性的测试。



# 软硬件平台建设：成立了线下用户体验实验室与线上体验中心以及用户管理平台

- 用户体验实验室

- 用户体验实验室的建立，是全面展开产品用户体验工作的基石。



- 线上体验中心

- 为了解用户与用户接触沟通，提供了快捷有效的渠道，同时也获取了大量真实准确的用户信息和用户资料。



- 用户关系维护与信息管理平台

- 对用户数据进行收集与分析,对用户的实际应用需求进行深度挖掘。



# 成立用户俱乐部长期跟踪用户行为和习惯

- 成立用户俱乐部，建立用户模型，形成稳定的体验用户；
- 长期跟踪用户行为；围绕用户的生活习惯，以用户为中心设计和开发产品。



## 建立用户模型（用户追踪及数据分析）

- 通过相关用户产品数据的统计分析和调查数据挖掘定义用户模型，建立用户模型数据库，并对产品/功能的可行性及产品策略进行分析建议。



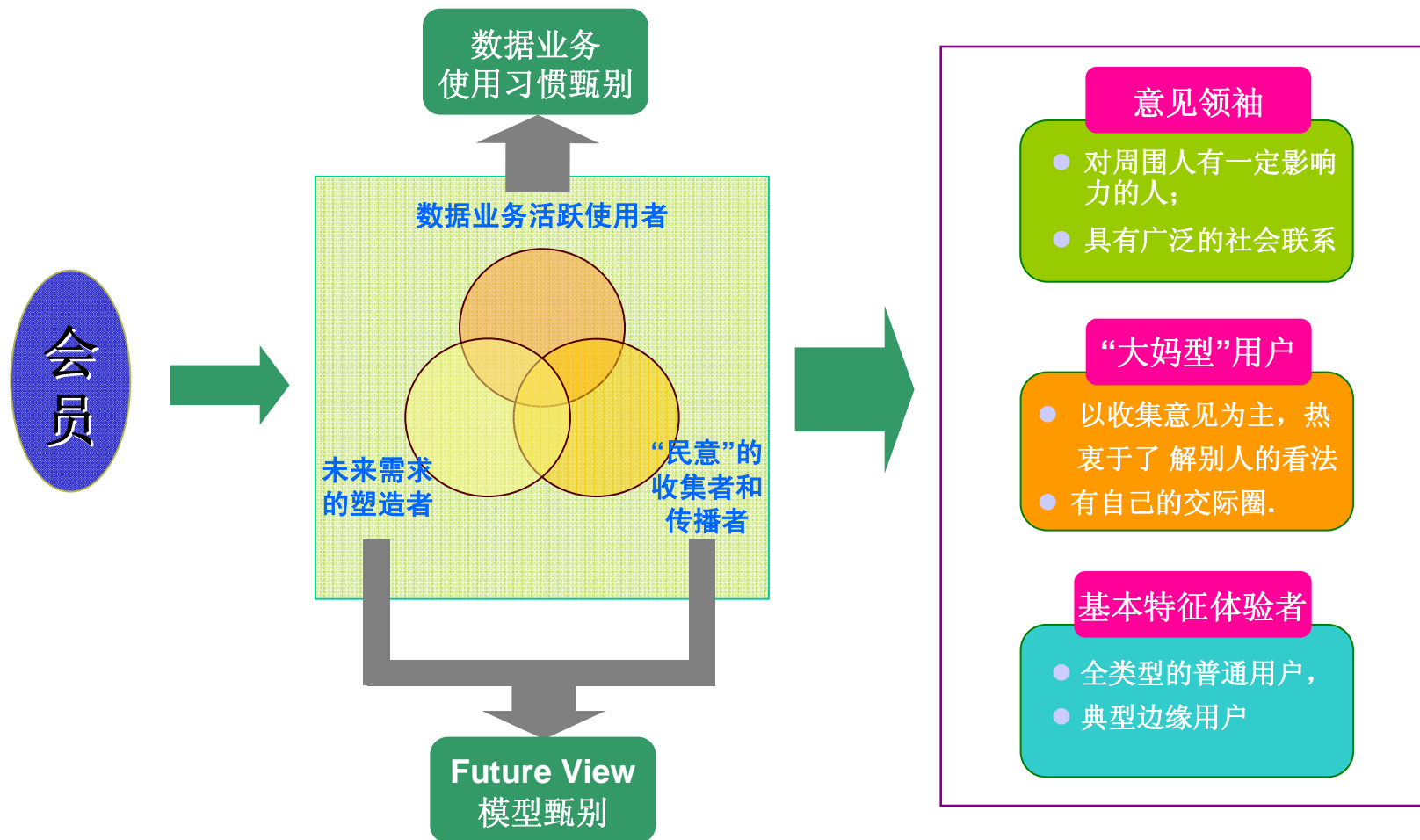
## 有效的用户关系维护

- 通过用户调研活动（维护活跃用户及有效用户群）形成较完善的用户体验流程，树立用户体验流程模板，建立标准化用户体验体系。



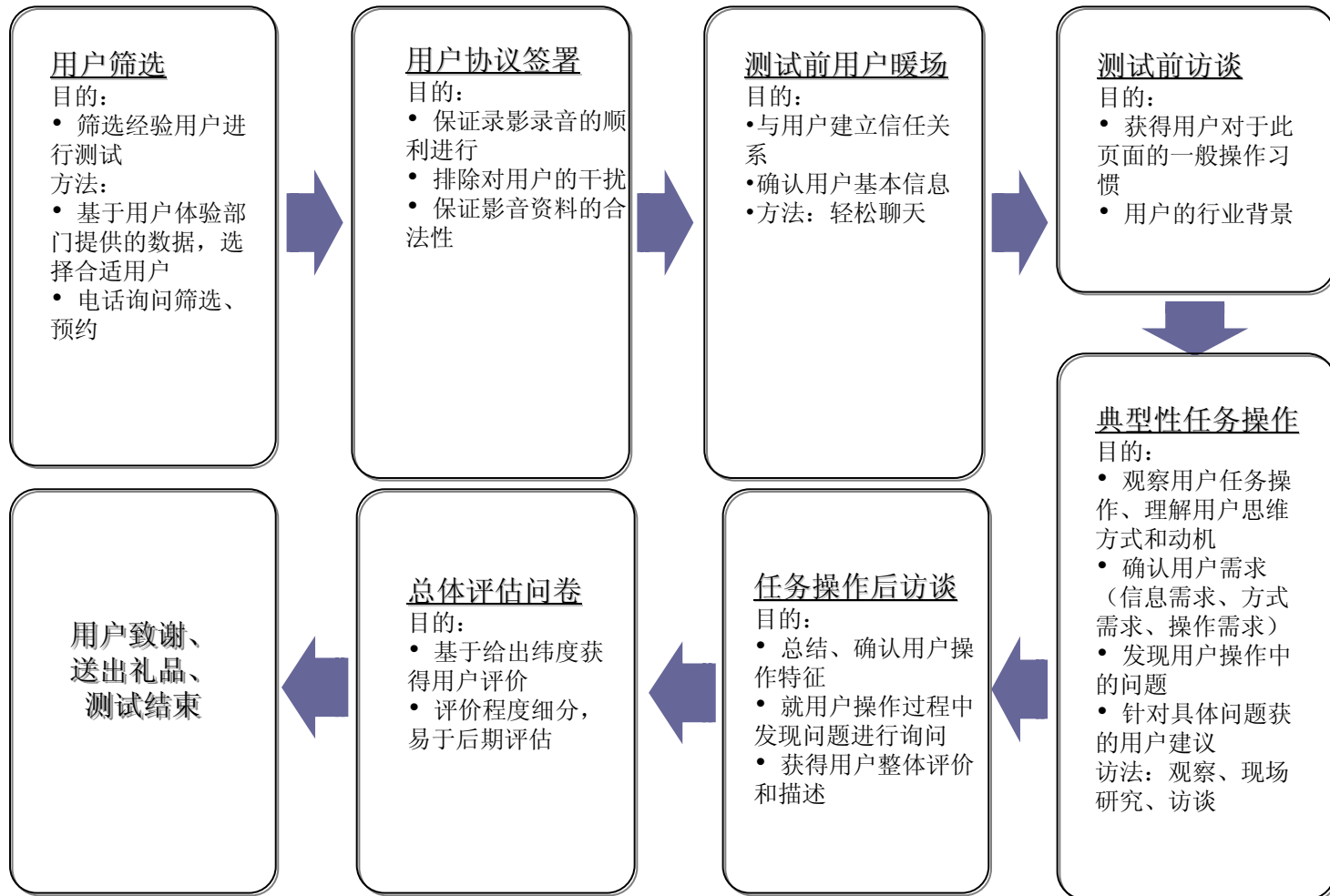
# 用户俱乐部的运作成为产品创新和优化重要来源

- 常态化的产品创新来源
- 全程参与的用户样本库



# 利用可用性测试方法，获知用户真实意见与感受

观察用户怎样做，而不仅仅是听用户怎样说，客观地发现用户在产品使用方面遇到的问题





# 部分产品用户体验活动现场





简单举例：

彩铃WEB门户用户体验优化项目

# 用户全程参与

## • 用户参与产品创新和优化的全过程

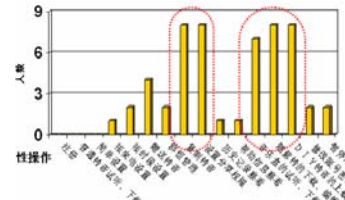
目标用户了解

电话访谈  
形成4类  
典型用户



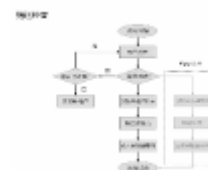
彩铃服务界面了解

专家走查归纳现有网站的使用障碍点，并通过用户可用性测试获得数据



设计和原型

根据前期测试结论，更新网页风格设计和网站交互设计



设计执行支持

根据新的设计方案进行开发，设计团队与开发团队紧密合作。

实施后评估

针对改版后的网站进行后评估的可用性测试，结果证明改版后网站的可用性有显著提高。（相关数据参见下页）

# 建立用户角色

- 目标用户研究，了解其生活形态，建立用户角色 (persona)



|  |  |  |                                   |   |                                  |
|--|--|--|-----------------------------------|---|----------------------------------|
| P1 姓名: LINDA   | 年龄: 23                                       | 职业: 办公室文员  |                                   |   |                                  |
| 生活形态   | 关键用户体验                                       |  |                                   |   |                                  |
|  | 知道   | 唤起   | 购买                                | 使用  | 反馈                               |
|  | 通过朋友或者广告知道了彩铃业务, 通过网络或者营业厅知道了彩铃网站            | 最初使用彩铃是因为新鲜好玩, 能够播放特别的、个性化的铃音, 最初选择使用彩铃网站是因为这种方式方便、直观、便宜 | 喜欢通过网络渠道购买铃音, 因为在网站上方便试听各种铃音和比较价格 | 喜欢使用能够表达心情的和个性化的铃音, 经常使用的网站功能是“朋友分组设置”和“管理自己的铃音库” | 使用彩铃能让朋友了解我最近的状态, 也常常通过网站向朋友推荐铃音 |
|  | 音乐需求: 通常从网上下载电影、音乐; 喜欢用有意思的话题或事件作为铃音.....    |  |                                   |   |                                  |
|  | 信息来源: 网络行为频繁, 获得信息的渠道多种多样: 购物、美容、美食、娱乐、聊天... |  |                                   |   |                                  |
| 交友: 朋友圈子多样化, 喜欢把好东西和朋友分享, 重视和朋友之间的关系, 圈子里的朋友都喜欢尝试新鲜事物..... |  |  |                                   |   |                                  |
| 个性特征: 喜欢品牌, 喜欢时尚杂志.....                                    |  |  |                                   |   |                                  |

P1: 频繁使用彩铃网站的用户

P2: 偶尔使用彩铃网站的用户

P3: 只通过电话, 不通过网络使用彩铃的用户

P4: 不使用彩铃的用户



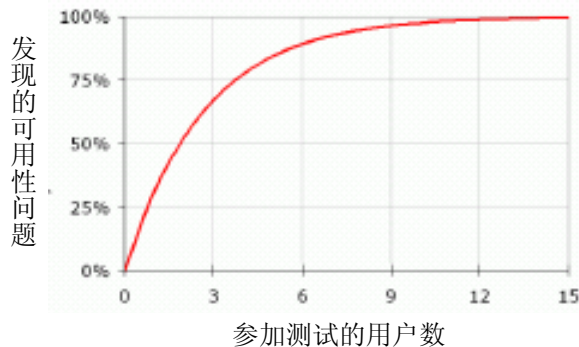
# 开展可用性测试

- 彩铃网站评测：根据专业的可用性测试流程，开展用户测试

产品在特定使用环境下为特定用户用于特定用途时所具有的有效性、效率和用户主观满意度。

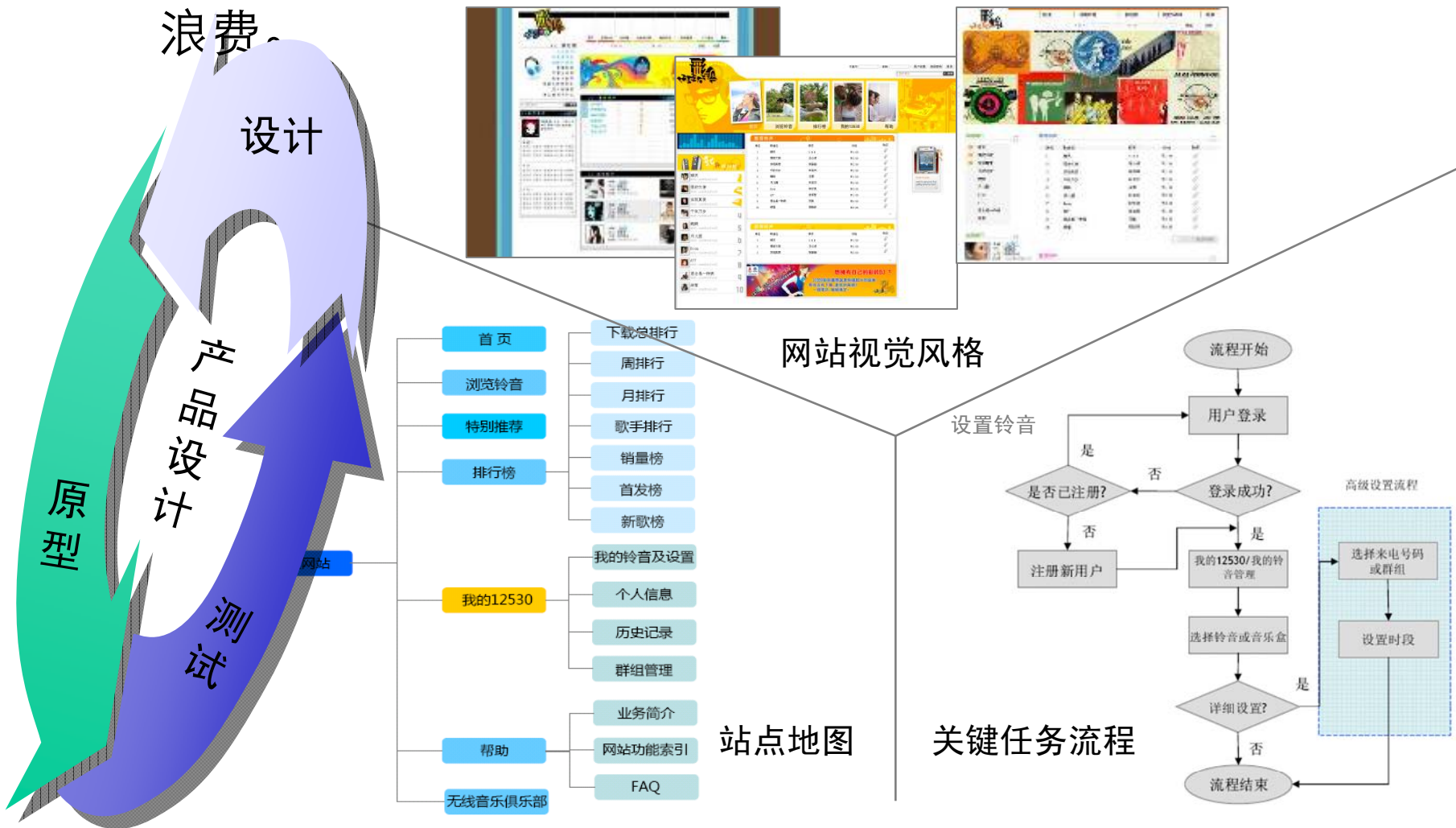
可用性测试：6个被测即可发现产品80%以上的可用性问题！

|    | 姓名  | 性别 | 年龄 | 职业    | 测试时间      | 3月下载更换彩铃次数 |
|----|-----|----|----|-------|-----------|------------|
| P1 | 张程程 | 男  | 28 | IT经理  | 2007.5.08 | 1-3次       |
|    | 柯柏晨 | 男  | 23 | IT工程师 | 2007.5.09 | >3次        |
| 2  | 白雪燕 | 女  | 23 | 学生    | 2007.5.09 | 1-3次       |
| 3  | 唐海波 | 男  | 30 | 地铁政工  | 2007.5.09 | 1-3次       |
|    |     |    |    |       | 5.10      | 1-3次       |
|    |     |    |    |       | 5.10      | 1-3次       |
|    |     |    |    |       | 5.10      | >3次        |
|    |     |    |    |       | 5.11      | >3次        |
|    |     |    |    |       | 5.11      | >3次        |



# 设计原型，减少开发风险

- 彩铃新网站原型，通过设计、原型评测、修改设计的循环后，才启动开发，避免直接开发可能产生的资源浪费。





欢迎批评指正！