

IXDC工作坊 B5场

# 互联网节奏下如何开展“敏捷调研”

---

AGILE RESEARCH STRATEGY FOR INTERNET



## 罗莎

香港理工大学 交互设计硕士

6年用研&设计经验

百度QUX用研团队负责人

累计服务于百度四十余条产品线用户研究&体验评估

百度无人车

百度搜索

AI服务机器人

人脸识别闸机

手机百度

百度糯米

家庭智能音箱

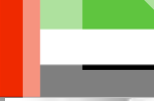
百度语音

度秘

百度图片

百度输入法

Hao123网址导航



讨论 敏捷用研价值

脑暴 敏捷用研idea

分享 敏捷调研策略

实践 敏捷调研画布

## 你负责的产品多久迭代一次？

- 2周内
- 2-4周
- 超过1个月

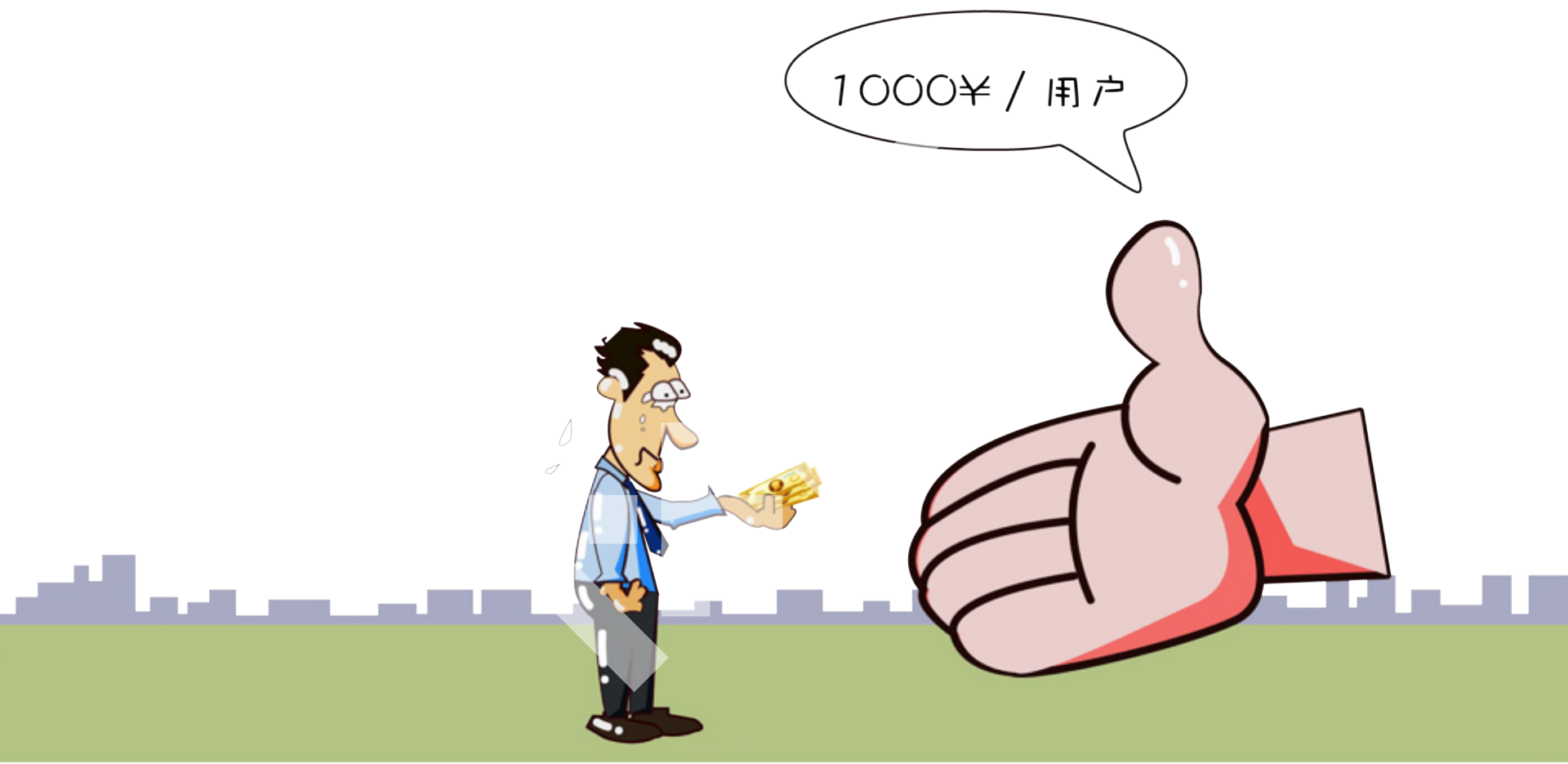
产品迭代过程中，有人负责用户研究吗？

- 用研工程师
- 产品经理或设计师
- 无人承担

“用研成果”是否跟得上产品的  
“迭代速度”？

• 是

• 否



痛点1 - 资源稀缺



20%~30%误差！



YY结论？！

误导群众？！



痛点2 - 专业度弱

Pm：“这个需求很急，  
这周之前必须出结果！”

我：“臣妾做不到哇！”



痛点3 - 难以跟进

资源稀缺

LACK

专业度弱

LOW

难以跟进

SLOW

用户研究的价值是什么？

经  
验  
判  
断

“我觉得…”

设  
计  
依  
据

“我判断…”

经  
验  
判  
断

“主观的”

+

设  
计  
依  
据

“客观的”

## 二 相对正确的产品决策





# 敏捷调研

将用研融入产品迭代，消除资源浪费，关注价值目标，打造高效的团队协作模式

前瞻性研究

覆盖产品生命全周期

以用户为中心

全局思考

研究为目的

传统

V S

敏捷

业务为导向

3周起

3天内

传统实验室方法

大数据 远程研究 传统方法改造

回答问题

解决问题

10min 头脑风暴:

请你写出不少于3个 “能够提升用户调研效率”  
的关键词句

“某种高效的用研方法”

“和产品线高效沟通的手段”

“分阶段的进行结论汇报”

.....

## 15min 卡片分类:

- 向你的小组展示关键词卡片
- 小组讨论&关键词进行归类
- 呈现“归类标题”

沟通层面

COMMUNICATE

流程层面

PROCESS

技法层面

SKILL

执行层面

EXECUTE

沟通层面

COMMUNICATE

流程层面

PROCESS

技法层面

SKILL

执行层面

EXECUTE



用户这样描述



产品经理这样解释



设计师这样表达



程序员这样实现



运营这样宣传



用研团队

“哈，这事我们早就知道咯！”



产品线





用研团队

“额，怎么才告诉我们！”



产品线



用研团队

“呵呵，我要的不是介个！”



产品线

## 别急着开工，花十几分钟和pm聊一聊

### 基本信息

- 调研目标
- 调研范围
- 产出物
- 接口人
- 汇报对象
- 时间点
- 任务优先级
- 风险预估
- 数据支持

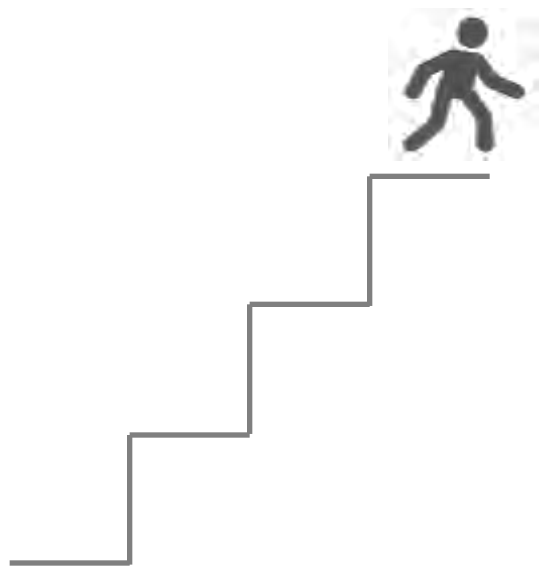
### 产品信息

- 产品定位：产品解决了用户什么问题？
- 目标市场：所处什么市场？目标用户是谁？
- 产品阶段：产品当前处于哪个阶段？
- 商业模式：盈利模式是什么？
- 收益指标：度量指标或收益指标？
- 技术条件：技术优势和壁垒是什么？
- 设计策略：是否有明确的设计策略？人物建模？
- 营销策略：如何把产品推向市场？
- 市场规模：市场规模多大？成功的机会有多大？
- 竞争格局：有哪些同类产品？
- 竞争优势：为什么我们最适合做这个产品？
- 市场时机：时机合适吗？

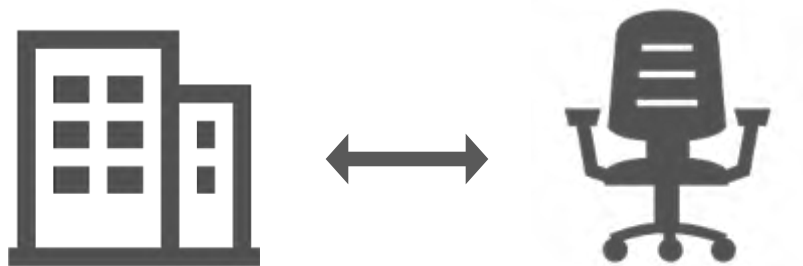
摸清全局

移动办公

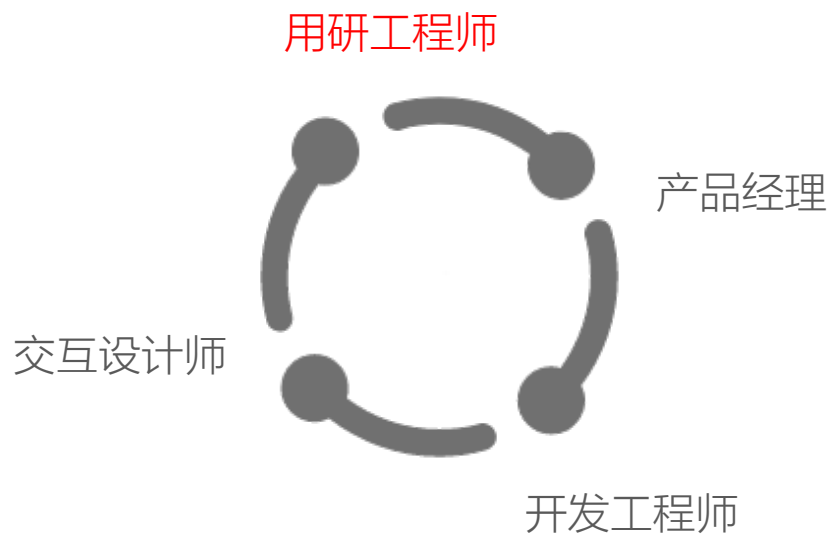
协作用研



“跨专业思考”



“移动办公”



## “协作用研”

沟  
通  
层  
面

COMMUNICATE

摸清全局

移动办公

协作用研

# 沟通层面

COMMUNICATE

TIP: 共同愿景与核心目标，目标结果导向

TIP: 别急着开工，花十几分钟和pm聊一聊

TIP: 跨专业思考

TIP: 学会借力，寻求数据支持

TIP: 尽量用嘴沟通

TIP: “移动办公” – 把工位临时搬到产品线内部

TIP: 阶段性汇报 – 3天1次的晨会

TIP: 打造协作用研文化 – 将用研转化为团队协作的事件



沟通  
层面

COMMUNICATE

流程  
层面

PROCESS

技法  
层面

SKILL

执行  
层面

EXECUTE

## XX产品发版后调研需求

- 轻声识别功能
- 语音修改模块
- 云联想功能
- 影响语音调起入口失败的原因分析
- 用户使用表情功能的使用习惯
- 用户使用粘性

## XX产品发版后调研需求

- 轻声识别功能
- 语音修正功能
- 云联想功能
- 影响语音唤起入口失败的原因分析
- 用户使用表情功能的使用习惯
- 用户使用粘性

**需求打包**

**一次完成**

## XX产品发版后调研需求

- 影响语音唤起入口失败的原因分析
- 语音修改模块
- 轻声识别功能

- 云联想功能

- 用户使用表情功能的使用习惯

- 用户使用粘性

## XX产品发版后调研需求

- 影响语音唤起入口失败的原因分析
- 语音修改模块 **1**
- 轻声识别功能

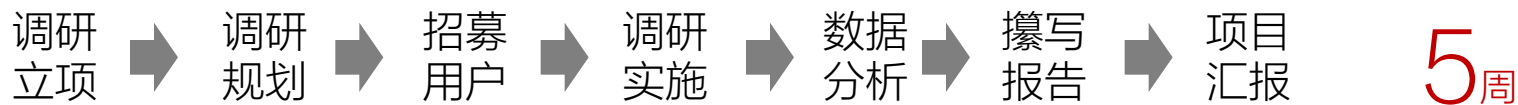
- 云联想功能 **2**

- 用户使用表情功能的使用习惯 **3**

- 用户使用粘性 **4**

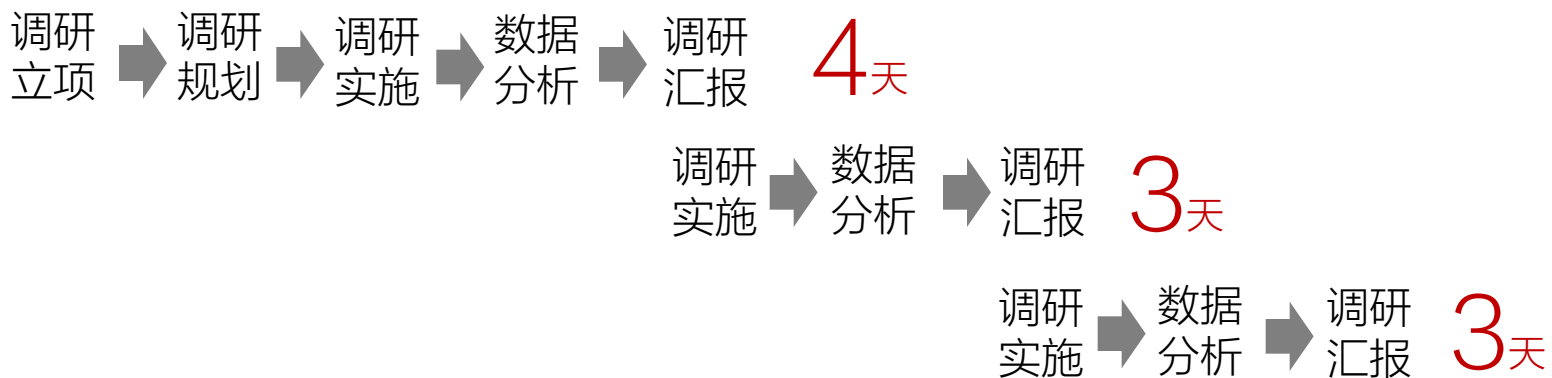
流程分级

### 传统调研流程



阶段汇报

### 敏捷调研流程



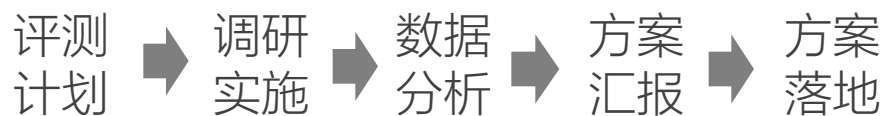
模版规范

# 不同业务模式对应不同流程

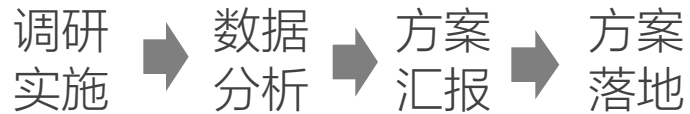
## 全新产品探索



## 版本更新调研



## 功能点探索调研



尽早且持续性的“汇报”

“汇报”也许只是五分钟的面谈





流  
程  
层  
面

PROCESS

流程分级

阶段汇报

模版规范

# 流程层面

## PROCESS

TIP: 大项目分解为多个相互联系可独立运行的子项目

TIP: 预留buffer时间，防止补充调研和特殊情况

TIP: 不同业务模式对应不同流程

TIP: 流程是动态，允许实时变化的

TIP: 尽早且持续性的“汇报”

TIP: “汇报”也许只是五分钟的面谈

TIP: 定制符合你的产品特性的模板，规范化流程

沟通层面

COMMUNICATE

流程层面

PROCESS

技法层面

SKILL

执行层面

EXECUTE

善用工具

敏捷方法

统筹规划

工具化手段 pk 人工化手段

- omega平台 - 24小时内抓取行业资讯
- ufo用户反馈平台 - 抓取内部用户反馈，清洗，聚类，top问题
- 元芳舆情平台 - 外部舆情情感化聚类&报警，微博，贴吧，应用商店...
- 百度众测平台 - 用研用户库，每天获取1000份问卷
- 用户画像..
- 后台数据 ...
- ...

善用工具

敏捷方法

统筹规划

# 用研反驱动 - 1人力2天快速 输出产品方向性报告

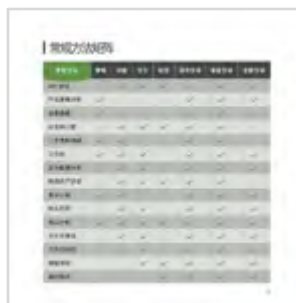
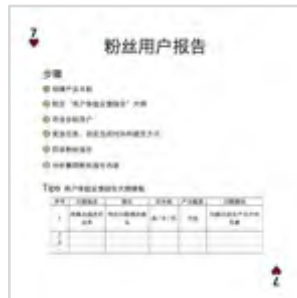


- 行业资讯 - 58篇
- 用户反馈 - 7727条
- 舆情数据 - 1228条

如何选择**适合**我的产品的方法？

如何**节省**时间成本和人力成本？





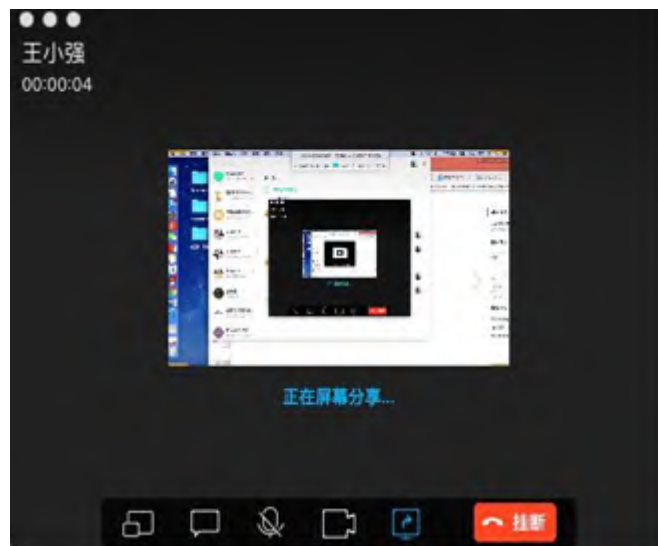
## 最耗费时间的事情 - 招募用户

	实验室研究招募	远程研究招募
渠道	第三方招募机构	网上实时招聘
方式	三方机构招募方式	开发筛选器 / 公司内部招募 / 朋友圈招募
数量	8人	8人
群体	本地用户群	网络目标用户
时间	12天	1天

# 搭建用户库 & 丰富招募用户渠道



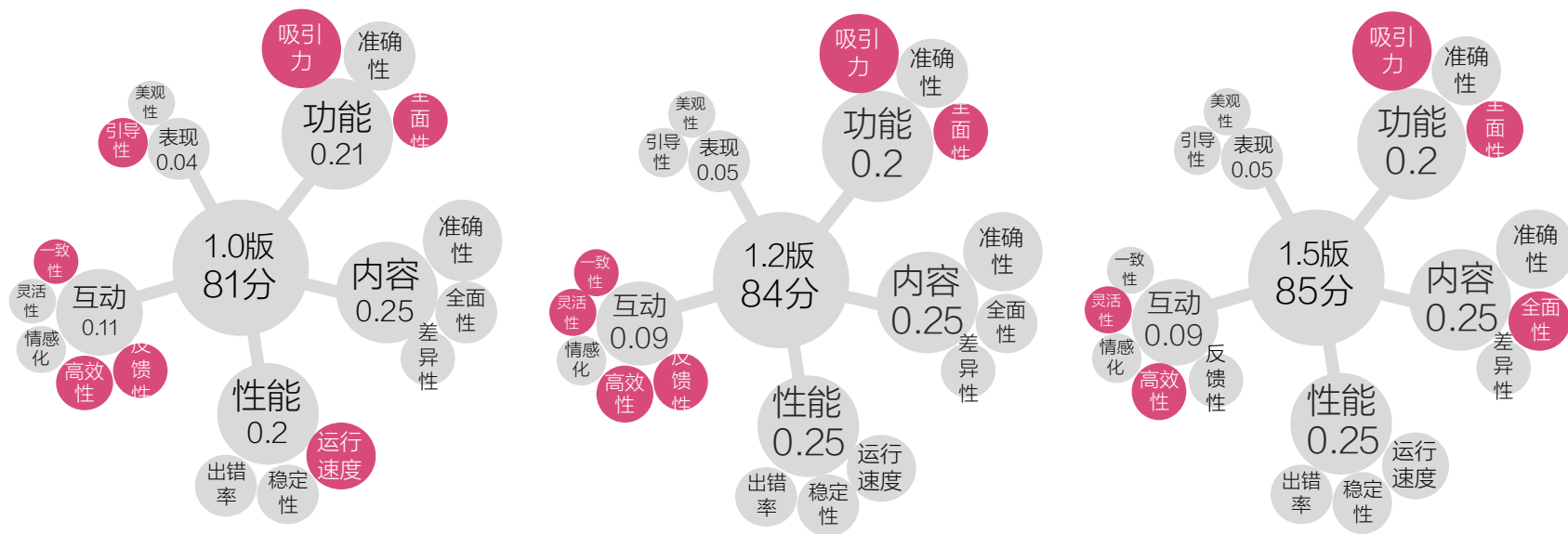
# 远程测试



## 边访谈边总结，直到找到相对稳定的数据样本

	符合期望	Ding Dong 评价	Rokid 评价	对智能音箱的期许/建议	对智能音箱的顾虑
用户1	Rokid	这种更让大众接受，黑色的简单款的。但是没有特点。	弧面的比较好玩，有趣。	多彩一点；有艺术感、设计感、简约；聪明一点。	体量大的音质好，但充电麻烦。
用户2	无	喜欢实木的东西，自己的收音机是复古纯实木的。不喜欢人造的，至少要有一些自然的部分。		越小越好；可与iWatch这类随身穿戴设备连接，怎么方便怎么来。	不想安装app；音箱不需要对话功能。
用户3	DingDong	个人喜欢叮咚，叮咚好看些。	如果是老年人，喜欢白色的，更醒目，鲜艳	造型科技感，简约线条，概念产品的感觉	没有实际作用，没什么概念
用户4	-	说“叮咚叮咚”，太傻了，为啥不说“龟派气功”。喜欢简单的造型，喜欢小米的语音音响。	太奇葩，不知道若琪的摄像头是干什么，会认为是体感，认为应该做成如何让他看起来更方便	闹钟功能，做好一个功能就够了	家庭智能终端才兴起，没有那么多设备连接。音质不好，不如做一个外放设备差在音响上，这样更小巧
用户5	DingDong	黑色、方形的。	-	可以互动交流的朋友；能听懂说话；小一些放在床头。	-
用户6	DingDong	叮咚的太普通，太大众化，顶面的几个按钮认为只能做这些操作	喜欢Rokid的造型。	可以直接说话。	声控的得近距离说话，如果能识别声源就更好了，担心语音会给家里人带来干扰/自己跟自己说话很奇怪
用户7	-	看起来太像传统音箱，但是我喜欢它的造型	-	希望音箱有屏幕	给小孩用的话，价格不要太高，因为小孩的东西迭代太快了。
用户8	DingDong	主要喜欢黑色	-	做一个可以多人互动的，或者在系统上做文章，和大的音箱厂商合作；或者抛弃音箱，做一个可玩性高的玩具也可以。	
用户9	Rokid	稍微人性化一些，不过有点大，宽度有点大，不过可以接受，但不要太高	太古板，不好看	感觉毛绒玩具更好一些	-
用户10	Rokid	有屏幕反馈比较好	太古板	功能不要太过麻烦，繁琐，链接要方便一点，现在蓝牙配对都很麻烦，太麻烦很多功能都不会用，重要的是音乐一定要好	-

# 满意度模型



善用工具

敏捷方法

统筹规划

Before

传统用户访谈

1周

After

远程用户访谈

3天

善用工具

敏捷方法

统筹规划

Before

传统可用性测试

2周

After

微型可用性测试

1天



善用工具

敏捷方法

统筹规划

Before

传统焦点小组

1周

After

远程焦点小组

3天

善用工具

敏捷方法

统筹规划

- 探索产品方向组
- 用户流失分析组
- 挖掘产品痛点组
- 数据专项分析组
- 竞品对标走查组

善用工具

敏捷方法

统筹规划

探索产品方向组:

调研问卷 + 案头调查 + 竞品分析 + 人物角色

5天

用户行为剖析组:

实地考察 + 用户访谈 + 用户体验地图

4天

挖掘产品痛点组:

可用性测试 + 竞品分析 + 深度访谈 + 数据分析

5天

## 挖掘产品痛点组：

可用性测试 + 竞品分析 + 深度访谈 + 数据分析

||  
3  
天

||  
2  
天

||  
2  
天

||  
2  
天

## 挖掘产品痛点组：

可用性测试 + 竞品分析 + 深度访谈 + 数据分析 = 5天

||                    ||                    ||                    ||

3                    2                    2                    2

天                    天                    天                    天

挖掘产品痛点组：

可用性测试 + 竞品分析 + 深度访谈 + 数据分析

**DAY1** 招募用户；设定可用性任务 + 访谈问题大纲；沟通数据接口人 + 列出后台数据列表

**DAY2** 预测试；用户测试自身产品 + 测试竞品 + 测试后访谈

**DAY3** 用户测试自身产品 + 竞品 + 测试后访谈；拿到后台数据

**DAY4** 用户测试补充；用户数据分析；后台数据分析

**DAY5** 撰写报告 + 项目汇报



保密协议

用户甄别问卷

可用性任务（自身）

可用性任务（竞品）

深度访谈

用户偏好测试

技  
法  
层  
面

SKILL

善用工具

敏捷方法

传统规划



# 技法层面

SKILL

TIP: 善用工具化手段，大大节省获取数据的成本

TIP: 方法筛选矩阵

TIP: 搭建用户库

TIP: 丰富招募用户渠道

TIP: 推荐工具 - 设计方法卡牌

TIP: 现场测试取代实验室测试

TIP: 善用远程研究方式

TIP: 善用远程研究方式

TIP: 精简测试任务，省去编写大纲时间，控制测试人数，尝试demo测试，招募身边用户，精简交付物

TIP: 将“组合方法”统筹计划

沟通层面

COMMUNICATE

流程层面

PROCESS

技法层面

SKILL

执行层面

EXECUTE



研究透明化

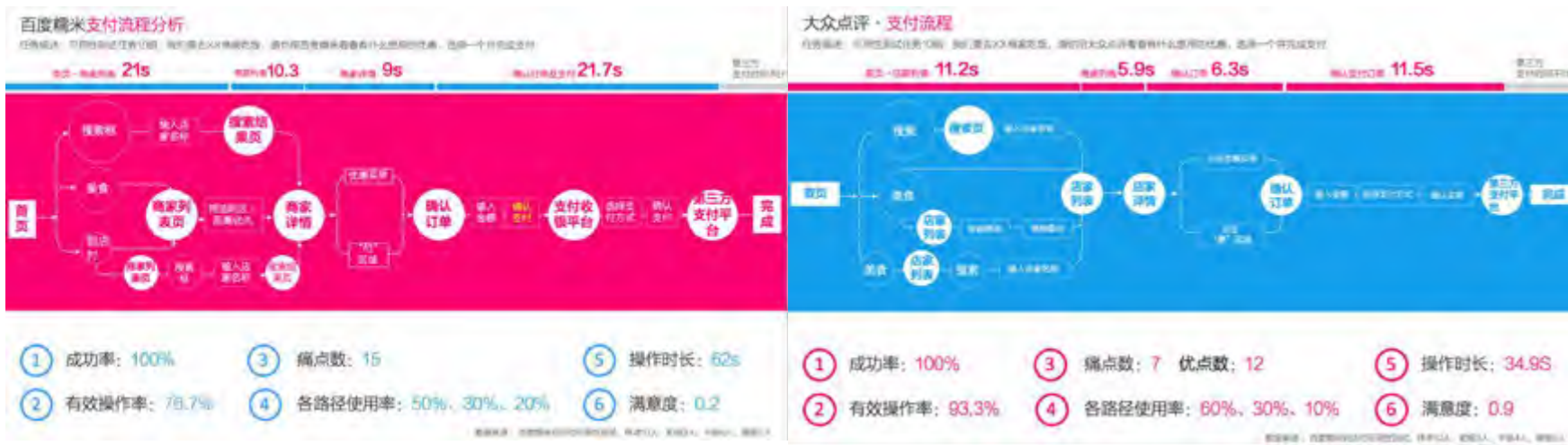
提升说服力

推动落地

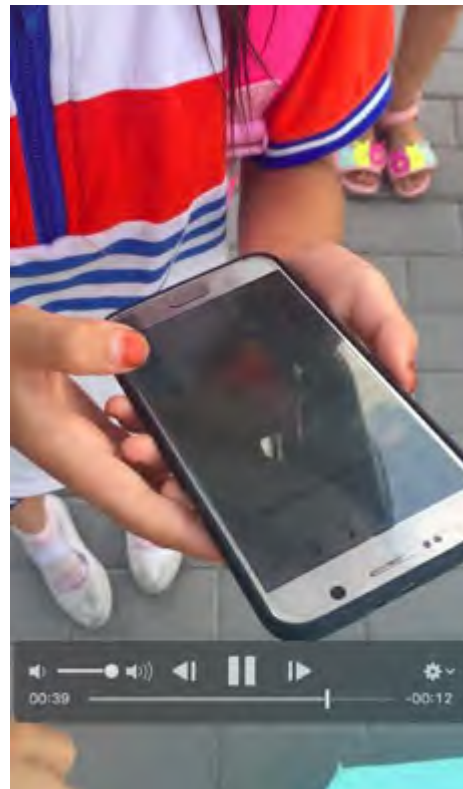
# “研究思路透明化”

项目	2023年			2024年			2025年			2026年			2027年			2028年		
	投资额	营业收入	净利润	投资额	营业收入	净利润	投资额	营业收入	净利润	投资额	营业收入	净利润	投资额	营业收入	净利润	投资额	营业收入	净利润
项目A	100	120	15	150	180	25	200	240	35	250	300	45	300	360	55	350	420	65
项目B	200	250	30	300	360	45	400	480	60	500	600	75	600	720	90	700	840	105
项目C	300	360	45	450	540	65	600	720	90	750	900	110	900	1080	135	1050	1260	155
项目D	400	480	60	600	720	90	800	960	120	1000	1200	150	1200	1440	180	1400	1680	210
项目E	500	600	75	750	900	110	1000	1200	150	1300	1560	195	1600	1920	240	1900	2280	285
项目F	600	720	90	900	1080	135	1200	1440	180	1500	1800	225	1800	2160	270	2100	2520	315
项目G	700	840	105	1050	1260	155	1400	1680	210	1700	2040	255	2000	2400	300	2300	2760	345
项目H	800	960	120	1200	1440	180	1600	1920	240	2000	2400	300	2400	2880	360	2800	3360	420
项目I	900	1080	135	1350	1620	200	1800	2160	270	2200	2640	330	2600	3120	390	3000	3600	450
项目J	1000	1200	150	1500	1800	225	2000	2400	300	2500	3000	375	3000	3600	450	3500	4200	525
项目K	1100	1320	165	1650	1980	245	2200	2640	330	2800	3360	420	3300	3960	495	3800	4560	570
项目L	1200	1440	180	1800	2160	270	2400	2880	360	3000	3600	450	3600	4320	540	4200	5040	630
项目M	1300	1560	195	1950	2340	295	2600	3120	390	3300	3960	495	3900	4680	585	4600	5520	690
项目N	1400	1680	210	2100	2520	315	2800	3360	420	3600	4320	540	4200	5040	630	5000	6000	735
项目O	1500	1800	225	2250	2700	335	3000	3600	450	3900	4680	585	4800	5760	705	5400	6480	795
项目P	1600	1920	240	2400	2880	360	3200	3840	480	4200	5040	630	5100	6120	750	5800	6960	855
项目Q	1700	2040	255	2550	3060	380	3400	4080	510	4500	5400	675	5400	6480	795	6200	7440	915
项目R	1800	2160	270	2700	3240	400	3600	4320	540	4800	5760	720	5700	6840	840	6600	7920	975
项目S	1900	2280	285	2850	3420	420	3800	4560	570	5100	6120	765	6000	7200	885	7000	8400	1035
项目T	2000	2400	300	3000	3600	450	4000	4800	600	5400	6480	810	6300	7560	930	7400	8880	1095
项目U	2100	2520	315	3150	3780	470	4200	5040	630	5700	6840	855	6600	7920	965	7800	9360	1155
项目V	2200	2640	330	3300	3960	490	4400	5280	660	6000	7200	890	6900	8280	1000	8200	9840	1215
项目W	2300	2760	345	3450	4140	510	4600	5520	690	6300	7560	930	7200	8640	1035	8600	10320	1275
项目X	2400	2880	360	3600	4320	530	4800	5760	720	6600	7920	970	7500	9000	1070	9000	10800	1335
项目Y	2500	3000	375	3750	4500	550	5000	6000	750	6900	8280	1010	7800	9360	1105	9400	11280	1395
项目Z	2600	3120	390	3900	4680	570	5200	6240	780	7200	8640	1050	8100	9720	1140	9800	11760	1455
项目AA	2700	3240	405	4050	4860	590	5400	6480	810	7500	9000	1090	8400	10080	1175	10200	12240	1515
项目AB	2800	3360	420	4200	5040	610	5600	6720	840	7800	9360	1130	8700	10560	1210	10600	12720	1575
项目AC	2900	3480	435	4350	5220	630	5800	7080	870	8100	9720	1170	9000	11040	1245	11000	13200	1635
项目AD	3000	3600	450	4500	5400	650	6000	7440	900	8400	10080	1210	9300	11520	1280	11400	13680	1695
项目AE	3100	3720	465	4650	5580	670	6200	7800	930	8700	10560	1250	9600	12000	1315	11800	14160	1755
项目AF	3200	3840	480	4800	5760	690	6400	8160	960	9000	10800	1290	9900	12480	1350	12200	14640	1815
项目AG	3300	3960	495	4950	5940	710	6600	8520	990	9300	11280	1330	10200	12960	1385	12600	15120	1875
项目AH	3400	4080	510	5100	6120	730	6800	8880	1020	9600	11760	1370	10500	13440	1420	13000	15600	1935
项目AI	3500	4200	525	5250	6300	750	7000	9240	1050	9900	12240	1410	10800	13920	1455	13400	16080	1995
项目AJ	3600	4320	540	5400	6480	770	7200	9600	1080	10200	12720	1450	11100	14400	1490	13800	16560	2055
项目AK	3700	4440	555	5550	6660	790	7400	9960	1110	10500	13200	1490	11400	14880	1525	14200	17040	2115
项目AL	3800	4560	570	5700	6840	810	7600	10320	1140	10800	13680	1530	11700	15360	1560	14600	17520	2175
项目AM	3900	4680	585	5850	7020	830	7800	10680	1170	11100	14160	1570	12000	15840	1595	15000	18000	2235
项目AN	4000	4800	600	6000	7200	850	8000	11040	1200	11400	14640	1610	12300	16320	1630	15400	18480	2295
项目AO	4100	4920	615	6150	7380	870	8200	11400	1230	11700	15120	1650	12600	16800	1665	15800	18960	2355
项目AP	4200	5040	630	6300	7560	890	8400	11760	1260	12000	15600	1690	12900	17280	1700	16200	19440	2415
项目AQ	4300	5160	645	6450	7740	910	8600	12120	1290	12300	16080	1730	13200	17760	1735	16600	19920	2475
项目AR	4400	5280	660	6600	7920	930	8800	12480	1320	12600	16560	1770	13500	18240	1770	17000	20400	2535
项目AS	4500	5400	675	6750	8100	950	9000	12840	1350	12900	17040	1810	13800	18720	1805	17400	20880	2595
项目AT	4600	5520	690	6900	8280	970	9200	13200	1380	13200	17520	1850	14100	19200	1840	17800	21360	2655
项目AU	4700	5640	705	7050	8460	990	9400	13560	1410	13500	18000	1890	14400	19680	1875	18200	21840	2715
项目AV	4800	5760	720	7200	8640	1010	9600	13920	1440	13800	18480	1930	14700	20160	1910	18600	22320	2775
项目AV	4900	5880	735	7350	8820	1030	9800	14280	1470	14100	18960	1970	15000	20640	1945	19000	22800	2835
项目AW	5000	6000	750	7500	9000	1050	10000	14640	1500	14400	19440	2010	15300	21120	1980	19400	23280	2895
项目AX	5100	6120	765	7650	9180	1070	10200	15000	1530	14700	19920	2050	15600	21600	2015	19800	23760	2955
项目AY	5200	6240	780	7800	9360	1090	10400	15360	1560	15000	20400	2090	15900	22080	2050	20200	24240	3015
项目AZ	5300	6360	795	7950	9540	1110	10600	15720	1590	15300	20880	2130	16200	22560	2085	20600	24720	3075
项目BA	5400	6480	810	8100	9720	1130	10800	16080	1620	15600	21360	2170	16500	23040	2120	21000	25200	3135
项目BB	5500	6600	825	8250	9900	1150	11000	16440	1650	15900	21840	2210	16800	23520	2155	21400	25680	3195
项目BB	5600	6720	840	8400	10080	1170	11200	16800	1680	16200	22320	2250	17100	24000	2190	21800	26160	3255
项目BC	5700	6840	855	8550	10260	1190	11400	17160	1710	16500	22800	2290	17400	24480	2225	22200	26640	3315
项目BC	5800	6960	870	8700	10440	1210	11600	17520	1740	16800	23280	2330	17700	24960	2260	22600	27120	3375
项目BD	5900	7080	885	8850	10620	1230	11800	17880	1770	17100	23760	2370	18000	25440	2295	23000	27600	3435
项目BD	6000	7200	900	9000	10800	1250	12000	18240	1800	17400	24240	2410	18300	25920	2330	23400	28080	3495
项目BE	6100	7320	915	9150	10980	1270	12200	18600	1830	17700	24720	2450	18600	26400	2365	23800	28560	3555
项目BE	6200	7440	930	9300	11160	1290	12400	18960	1860	18000	25200	2490	18900	26880	2400	24200	29040	3615
项目BF	6300	7560	945	9450	11340	1310	12600	19320	1890	18300	25680	2530	19200	27360	2435	24600	29520	3675
项目BF	6400	7680	960	9600	11520	1330	12800	19680	1920	18600	26160	2570	19500	27840	2470	25000	30000	3735
项目BG	6500	7800	975	9750	11700	1350	13000	20040	1950	18900	26640	2610	19800	28320	2505	25400	30480	3795
项目BG	6600	7920	990	9900	11880	1370	13200	20400	1980	19200	27120	2650	20100	28800	2540	25800	30960	3855
项目BH	6700	8040	1005	10050	12060	1390	13400	20760	2010	19500	27600	2690	20400	29280	2575	26200	31440	3915
项目BH	6800	8160	1020	10200	12240	1410	13600	21120	2040	19800	28080	2730	20700	29760	2610	26600	31920	3975
项目BI	6900	8280	1035	10350	12420	1430	13800	21480	2070	20100	28560	2770	21000	30240	2645	27000	32400	4035
项目BI	7000																	

# 数据推导过程有迹可循



## 可视化报告展现 ——五秒读懂当前报告页面





## 根据情况方案还原，让研究落地



### 『支付成功』交互优化方案

- 1、增强支付成功信息区域提示视觉效果
- 2、增加提示性文字信息，提示用户将消费码告知收银员

“邀请高层参与项目汇报，引起关注”



“与一线执行成员协同调研，不断对话”



## 研究成果跟踪

序号	页面	问题描述	方案	优先级	采纳情况
1	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>卡片顺序不符合用户心理模型</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>调整卡片顺序（如图）</li></ul>	P1	已解决
2	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>用户更关注具体专业分数线，需二次搜索</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>建议增加专业的类别，为考生提供更多的报考依据</li></ul>	P2	1.5解决
3	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>用户找不到“查看更多”入口</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>修改文案&amp;强化入口视觉</li></ul>	P2	1.6解决
4	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>“平均位次”认知困难</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>将“/”改为“（）”，或单独提取出来，修改“平均位次”说明文案</li></ul>	P1	拒绝
5	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>每次查询都需要重新输入地理信息</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>建议依据地理位置定位，自动调整默认数据</li></ul>	P3	已解决
6	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>相关推荐不准确</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>优化推荐机制。标注推荐理由、学校属性。优化排版</li></ul>	P2	已解决
7	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>相关报考子页面不符合预期</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>建议给出更多专业相关详细信息</li></ul>	P1	1.5解决
8	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>志愿推荐预估模块露出率低</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>增加此模块露出率，query词覆盖[学校、考xx分数可以上xx学校]等</li></ul>	P2	1.5解决
9	教育搜索结果页	<ul style="list-style-type: none"><li>完善二级选项，提升推荐准确度</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>完善二级选项</li></ul>	P3	已解决

要求产品方一周内反馈采纳计划

执行层面

EXECUTE

推动落地

研究透明化

提升说服力

# 执行层面

EXECUTE

TIP: 研究思路透明化

TIP: 精简报告长度

TIP: 呈现可视化报告

TIP: 与一线执行成员协同调研，不断对话

TIP: 引起高层重视

TIP: 方案还原

TIP: 研究成果实施情况的跟踪

沟通层面

COMMUNICATE

流程层面

PROCESS

技法层面

SKILL

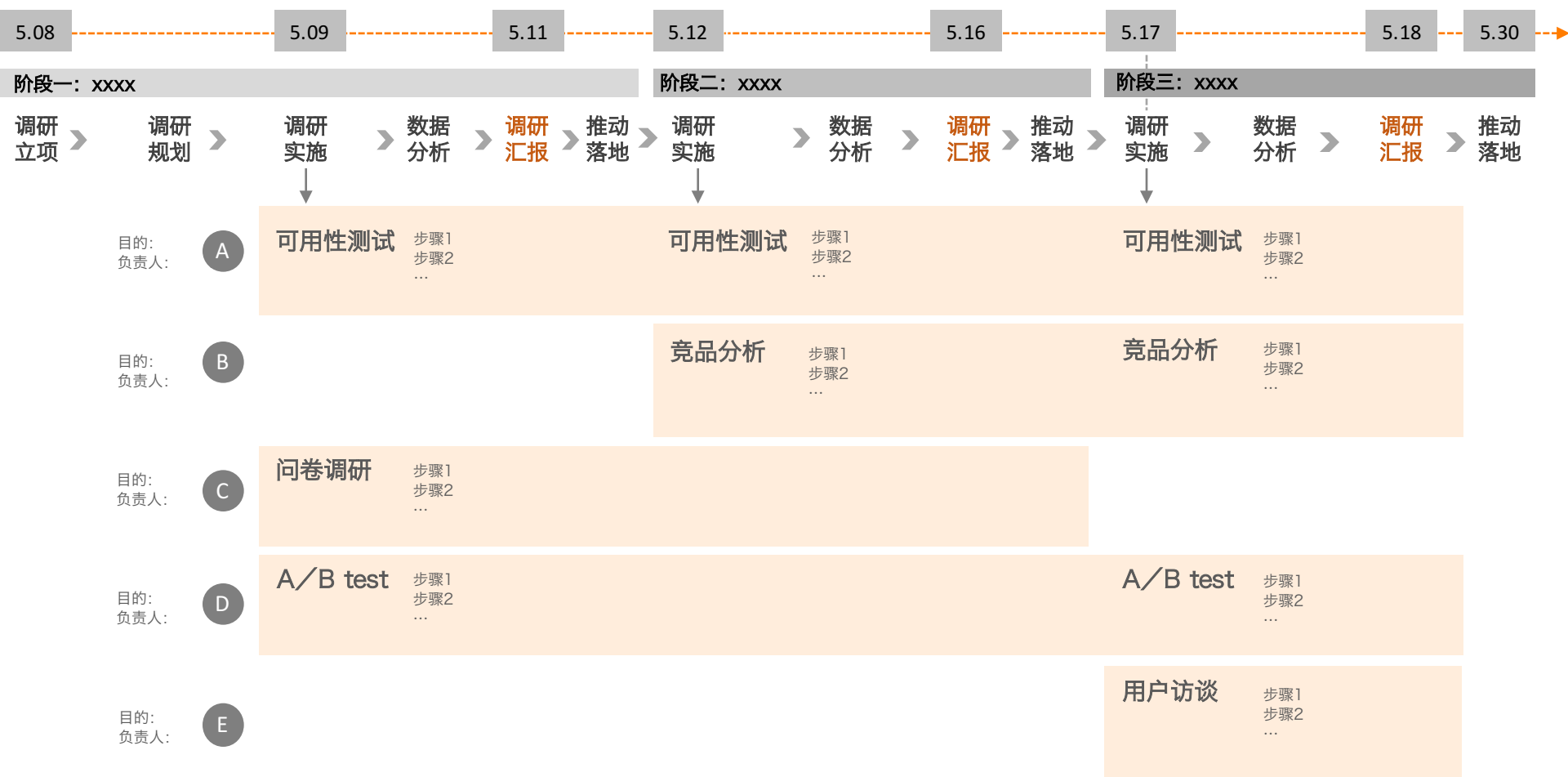
执行层面

EXECUTE

# XX产品-敏捷用研画布

- 研究目标
- 研究范围
- 对接人&沟通方式
- 风险&难点
- 借力点
- 产品基本信息

- 汇报形式
- 汇报受众
- 采纳统计
- 后续研究规划



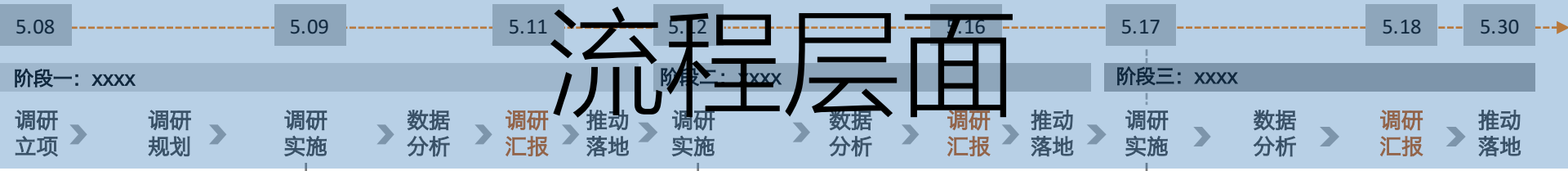
# 沟通层面

- 研究目标
- 研究范围
- 对接人&沟通方式
- 风险&难点
- 精力点
- 产品基本信息

# 执行层面

- 汇报形式
- 汇报受众
- 采样统计
- 后续研究规划

# 流程层面



# 技法层面



# 实践环节

PRACTISE

# 题目1

背景：X公司是一家**中型企业**，仅有1名**用户研究员**支持公司的用户研究工作。

该公司最近上线了产品APIStore，该**Api网站**（应用程序编程接口）目的是提供给开发人员常用应用程序的组建。该产品属于**垂直市场产品**，**刚刚上线**不久，核心“调用功能”转化率很低，产品经理急于**挖掘转化率低**的原因是什么。产品团队和用户研究员不在一个园区，平时沟通主要依靠电话和视频会议，由于该项目时间非常紧张，给用户研究员仅仅**3天**的时间。下面请你来定制一个研究计划，解决该项目的问题！





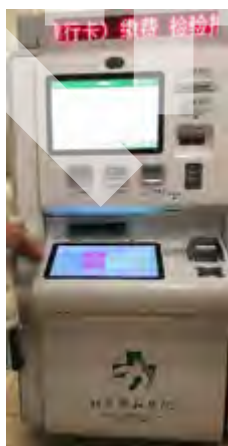
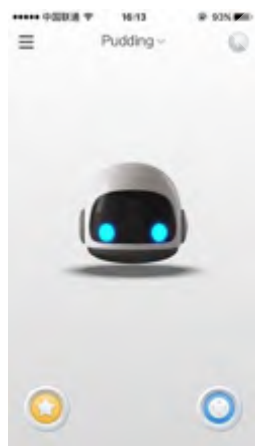
## 题目2

背景：W公司是一家**跨国大型企业**，在国内有**用户研究部门**支持公司的新产品开发工作。该公司计划推出一款**“智能体检机器人”**产品，借鉴国外优质的医疗服务，利用大数据与语音对话技术，在体检前根据用户的健康状况给予体检项目推荐，体检后跟进体检报告给予健康解读。该产品为**蓝海市场产品**，没有竞品参考，目前项目处于**前期探索阶段**，项目组有2套初步方案草图，对用户认知与产品形态都处于探索阶段。

项目组要求2名用户研究员利用**2周**的时间，为该项目输出**前瞻性分析**报告。

包括：1国内外体验服务行业分析 2用户现状与机会点 3产品方案探索与产品策略分析

下面请你来定制一个研究计划，解决该项目的问题！



### 题目3

背景：N公司是一家创业团队，为了节省资源，用户研究的工作通常由交互设计师或产品经理承担。

近期，该公司的“输入法app”产品进行了改版，改版主推了“语音输入”功能，产品经理期待该版本与X公司的同类竞品进行体验对标，急于知道改版后的效果，以及与竞品体验上的差异，在版本测试的一周时间内，快速进行验证和调整，及时改正并正式上线。

目前项目组在版本测试阶段已经收集了大量的用户反馈数据，但是该团队尚无后台数据可做参考。该项目组的交互设计师有一周的时间进行改版对标分析。

下面请你来定制一个研究计划，解决该项目的问题！



- 小组定制敏捷用研画布
- 分组演讲&投票

# 总结

SUMMARY

## 流程

## 沟通

## 技法

## 执行

### 大型企业

用研部门支持，专业度高  
用研经费，三方咨询公司  
流程成熟且规范  
灵活度弱  
流程冗长缓慢  
流程覆盖产品全生命周期  
全新产品探索

跨部门沟通  
异地 / 跨国沟通  
电话会议  
沟通效率低

工具平台可利用  
研究资源丰富（可用性  
测试间，眼动仪器…）  
用研经费优越

公司组织架构庞大  
推动阻力大  
较难跟踪

### 中型企业

有用研角色，规模小  
专业度适度  
流程规范适度  
必要环节介入用研

跨团队沟通  
较为方便

工具平台支持一般  
研究资源稀缺  
用研经费少

组织架构扁平  
较易推动和跟踪

### 创业团队

无用研角色，设计师pm取代  
专业度较弱  
流程规范性弱  
灵活度高  
必要环节介入用研

团队内面对面沟通  
高效方便

工具平台支持弱  
研究资源稀缺  
无用研经费

组织架构扁平  
较易推动和跟踪



用研问题



用研价值



敏捷调研

流程

- 流程分级
- 阶段汇报
- 模板规范

沟通

- 摸清全局
- 移动办公
- 协作用研

技法

- 善用工具
- 敏捷方法
- 统筹规划

执行

- 研究透明化
- 提升说服力
- 推动落地

敏捷调研帆布



项目实践

# IXDC

## 联系方式

官网：[ixdc.org](http://ixdc.org)

邮箱：[apply@ixdc.org](mailto:apply@ixdc.org)

地址：广州市天河区建中路24号2楼

电话：4000-2233-85



关注IXDC官方微信