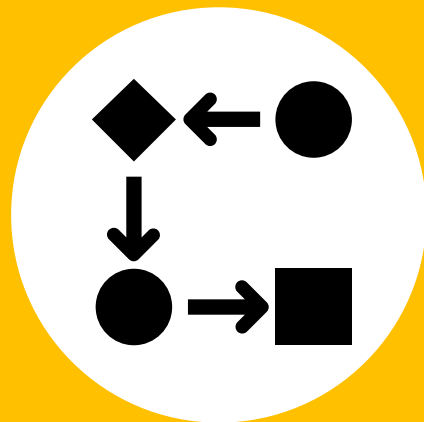


第五章 创业机遇落地

5.1 用户调研数据整理方法



S Y S T H E S I S

调 研 数 据 梳 理

5.1.1 用户调研数据整理方法-用户原型



PERSONA
构建用户原型

5.1.1 用户调研数据整理方法-用户原型



PERSONA 人物原型

在做创业项目的过程中，明确我们的目标客户是至关重要的；不仅要了解目标客户的基本信息，还要了解目标客户的动机，遇到的障碍以及TA的真实需求。

PS：人物原型并不是特指某一个人，而是对某件事情有共同的认知或需求人群的综合描述。

步骤：

基本
信息

个人
标签

动机

痛点

PERSONA 人物原型举例



基本信息:

老刘

36岁 已婚 儿子 6岁 刚上小学

为孩子上学买了市中心学区房

有240万贷款

妻子全职妈妈

标签:

“效率第一，把时间留给工作和家人”

动机:

“快速办完业务”

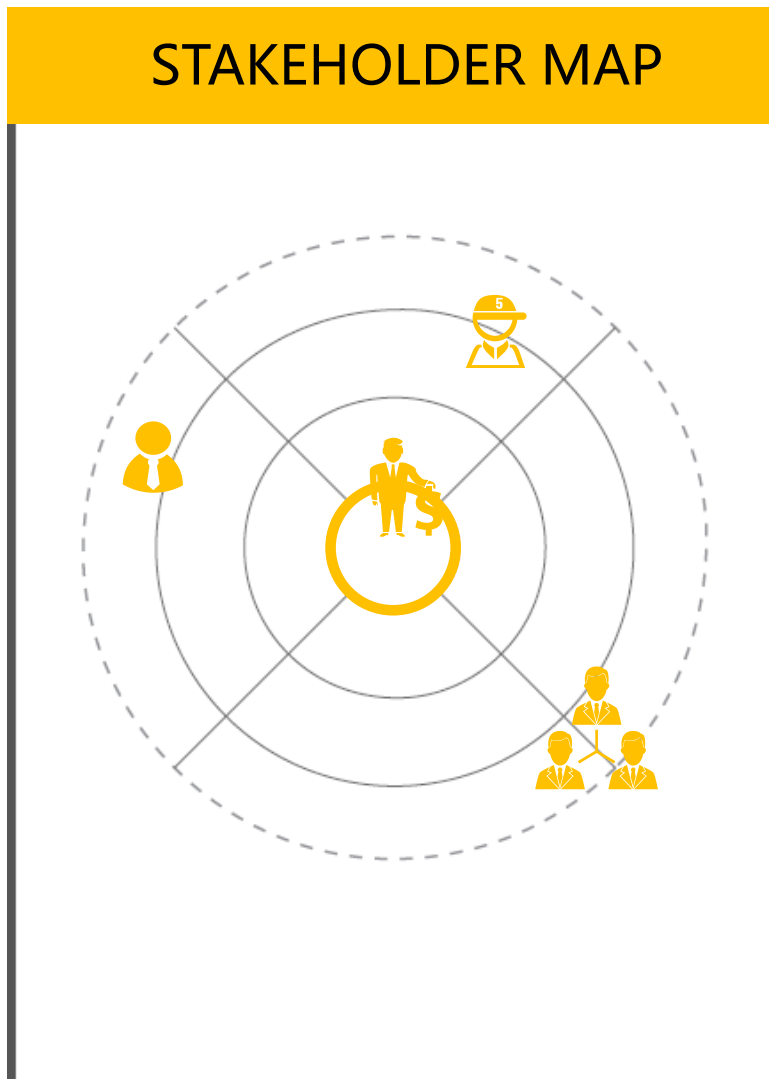
观点 / 痛点:

开户信息不明确 填表太复杂 排队时间长 部门之间沟通问题

信用卡福利不清晰 客服电话老是打不通 能在网上办就在网上办 银行服务让人有距离感

你的创业项目
往往不止一个
PERSONA
用户原型

5.1.2 用户调研数据整理方法-利益相关者地图



用户调研数据分析工具 2

STAKEHOLDER MAP

利益相关者地图

利益相关者地图是一个帮助我们站在全局的角度思考问题的工具。要想解决好一个复杂的问题，就必然要考虑利益相关者的诉求，只有满足了所有人或绝大多数人的共同利益，才能真正推动或解决问题。

这个工具的使用方法: 把所有的利益相关者按照重要程度放到右边画面中，并分析他们之间的关系及价值链。

步骤:

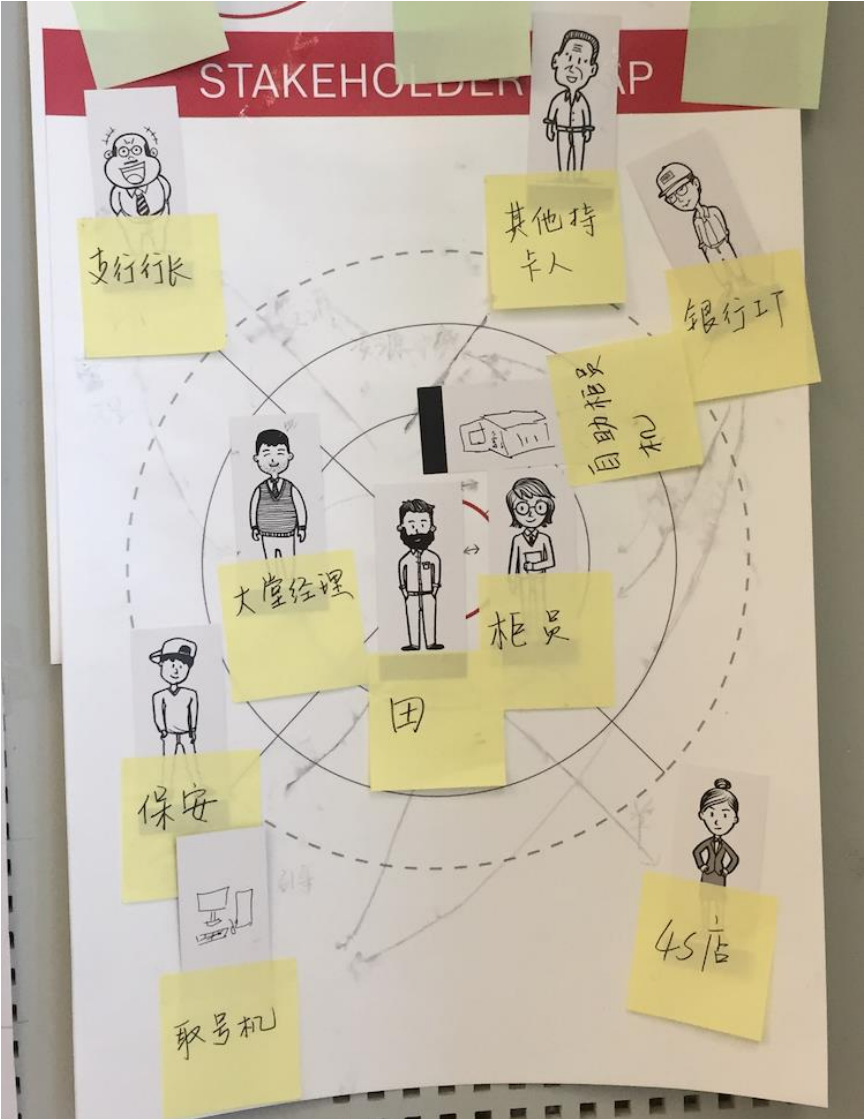
罗列
利益
相关者

优先级
排序

视觉化

价值链

5.1.2 用户调研数据整理方法-利益相关者地图



5.1.2 用户调研数据整理方法-利益相关者地图

分析利益相关者地图的意义

- 全局的了解服务设计的关键人物及他们之间的利益价值交换。
- 发现一些不合理的价值交换流程改造机会。
- 如果去做调研清楚的知道要去找谁!

5.1.3 搭建用户旅程图

什么是用户体验旅程图？

概念&作用

从用户角度出发，以叙述故事的方式描述用户使用产品或接受服务的体验情况，以可视化图形的方式展示，从中发现用户在整个使用过程中的痛点和满意点，最后提炼出产品或服务中的优化点、设计的机会点。同时让产品（服务）团队了解用户使用过程中的看、想、听、做，让他们能够从用户角度去考虑产品、设计产品。这个过程的产出物即为用户体验旅程图。

由什么构成？

这里分为**功能定义前**和**功能定义后**。

定义前：即为准备规划做的功能、进入用研阶段时；

定义后：已经上线的功能、需要优化的功能。

5.1.3 搭建用户旅程图

**为什么要来做“用户旅程”，
它有什么用？**

STAGE

STORY

TOUCH POINT

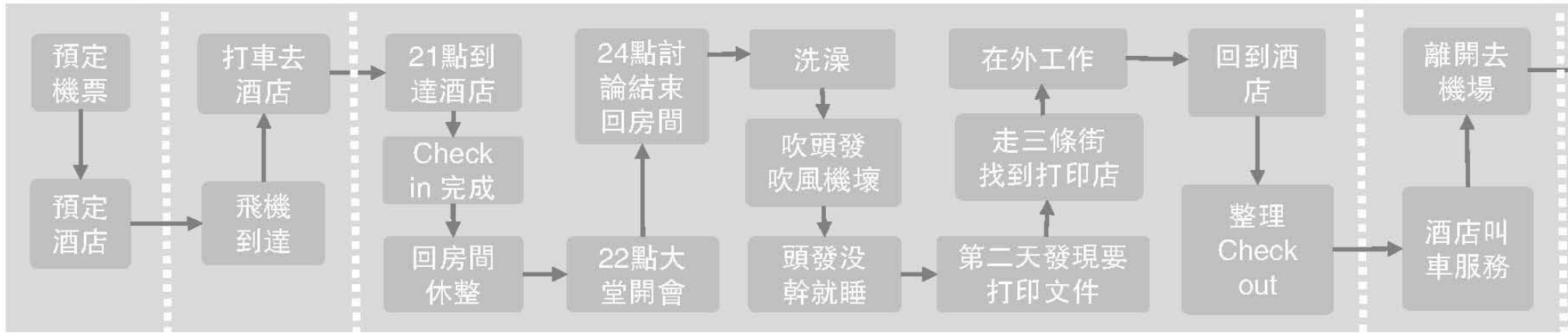
CONCERN /QUESTION /NEED

FEELING

EMOTION JOURNEY

PAIN POINT

预订 >> 到达 >> 酒店中 >> 离开



- 出行平台
- 酒店官网
- 电子设备
- 交通工具
- 导航GPS
- 酒店内大堂环境、装修
- 服务台(物、人)
- 客房布置、环境
- 客房服务
- 客房服务
- 服务台
- Check out 后续服务
- 交通工具
- 酒店后续服务

- 到哪预定方便?
- 要找离办事地近点的酒店
- 从机场去酒店要多久啊?
- 酒店到底在哪儿?
- 能多来几位前台check in吗?
- 证件都拿回来了吗?
- Wifi密码是多少?
- 房间灯光能亮点吗?
- 除了大堂, 没有别的地方能讨论工作了?
- 大堂的椅子桌子可以移动一下吗?
- 吹风机坏了怎么办?
- 我有临时文件要打, 酒店有打印吗?
- 这附近哪里有打印店?
- 行李有落下的吗?
- 酒店能帮我叫车吗?
- 押金退我了吗?
- 怎么还没有确认好退房?
- 叫完车, 要等多久?
- 现在堵车, 去机场来得及吗?

- 困惑
- 轻微焦虑
- 有点烦躁
- 困惑
- 感到疲惫
- 期望快到酒店
- 感觉累
- 不耐烦
- 略欣喜
- 尴尬
- 心塞
- 烧脑有些累
- 放松
- 不开心
- 生气
- 紧张
- 焦虑
- 困惑
- 微焦虑
- 微着急
- 放下心



- 如何从杂乱的信息里筛选到符合我要求的信息, 既快,
- 没有合适的工作讨论区域
- 已经很疲惫, 吹风机坏, 心情更糟
- 临时需要打印文件, 完全不方便



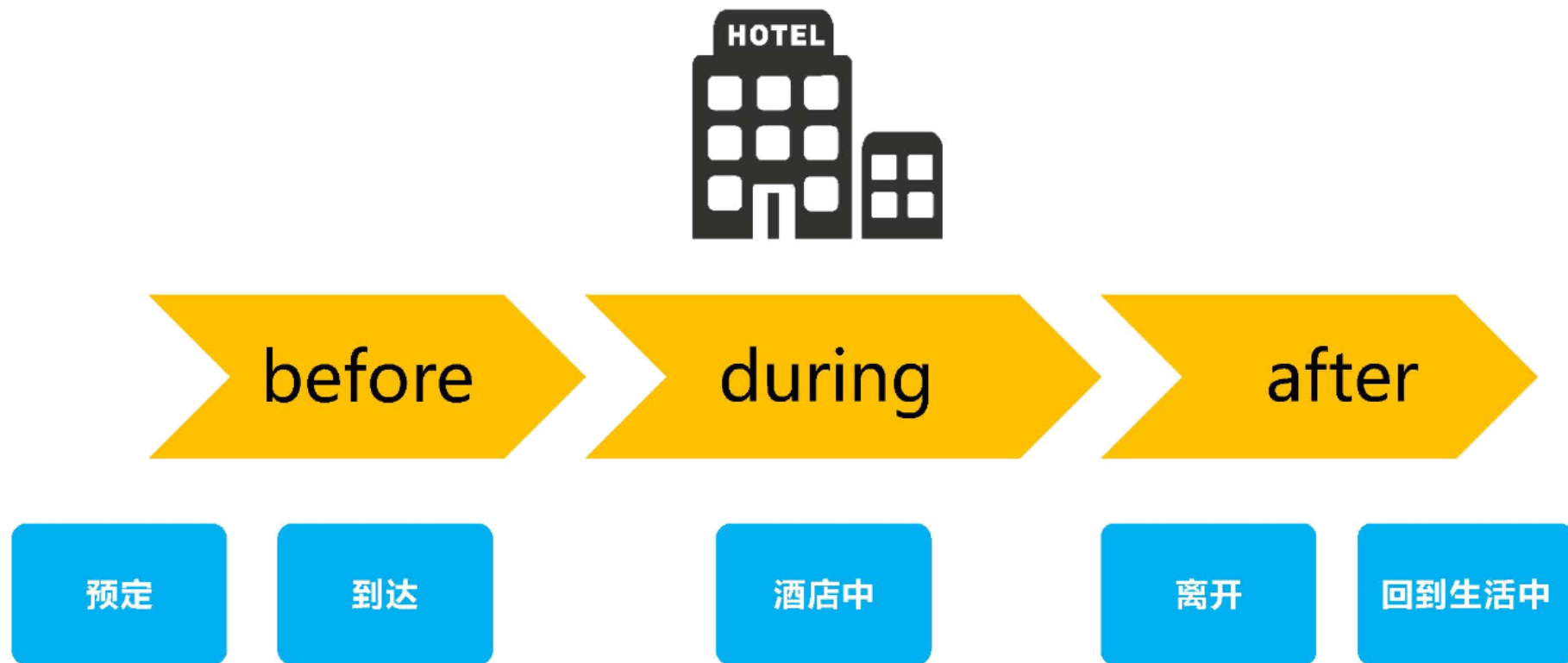
业务员工作出差，两天一夜住酒店之旅

STAGE

阶段

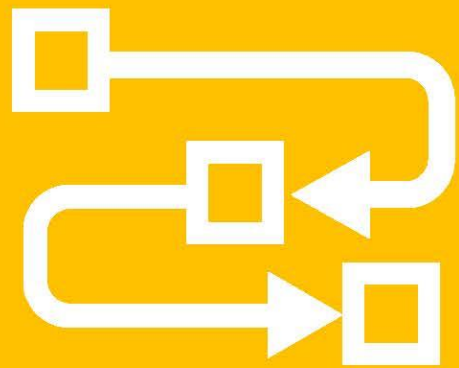


5.1.3 用户旅程之“阶段”



STORY

故事



5.1.3 用户旅程之“故事”



預定機票

預定酒店

5.1.3 用户旅程之“故事”



坐飛機到達

5.1.3 用户旅程之“故事”



打車去酒店

5.1.3 用户旅程之“故事”



21:00
终于到酒店了

5.1.3 用戶旅程之“故事”



同時幾個人check in，
還好服務臺又開了一
臺機器，快速完成了
登記，付款。

5.1.3 用户旅程之“故事”



啊，喝口水，
休息一會。

5.1.3 用户旅程之“故事”



22:00
與同事討論第二天
臨時更改工作內容。
房間燈光昏暗，
好吧~祇能在這勉
強討論一下了。

5.1.3 用戶旅程之“故事”



24: 00
討論結束，回房間。
要虛脫了，趕快洗
個澡睡覺！

5.1.3 用户旅程之“故事”



吹頭發時，電吹風
居然壞了，太坑爹了！

5.1.3 用户旅程之“故事”



太晚了，懶得
打前臺電話。
頭髮沒幹也不
管了，太困了。

用戶旅程之“故事”



啊！昨晚修改過的文件還沒打印出來！

5.1.3 用户旅程之“故事”



祇能提早出門，
大熱天走了三條街，
才找到打印店，
打印質量還不好，
快崩潰了……

5.1.3 用户旅程之“故事”



還好有驚無險，
一切都沒想象得那麼糟。
簽了份大合同。

用戶旅程之“故事”



回到酒店，
整理東西，
準備閃人咯~

5.1.3 用户旅程之“故事”



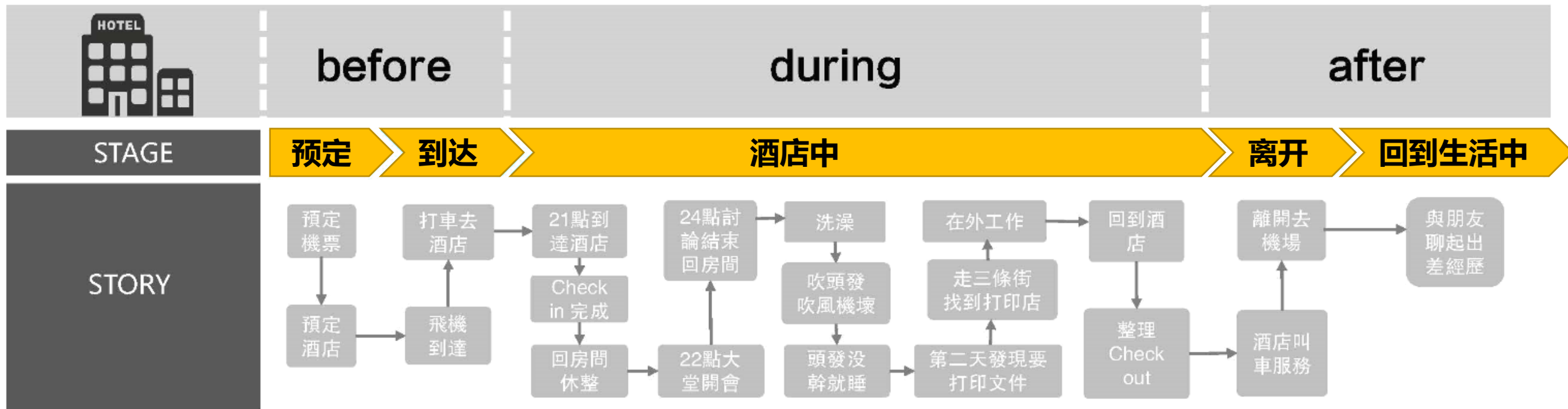
check out。
酒店有叫車服務，
太好了，還怕高
峰期打不到車呢~

5.1.3 用户旅程之“故事”



回到生活中，
與朋友聊起出差經歷。

5.1.3 用户旅程



5.1.3 用户旅程之“接触点”

TOUCHPOINT 接触点



5.1.3 用户旅程之“接触点”

酒店大堂环境
装修

前台服务人员

前台设备设施



5.1.3 用户旅程之“关注点”

CONCERN/QUESTION/NEED
关注点（需求）

“

”

5.1.3 用户旅程之“关注点”



咦，身份证有还给我吗？

背着行李排队好累，
能坐着等check in吗？

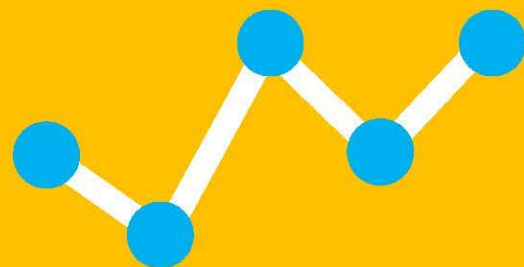
退房时间是几点？

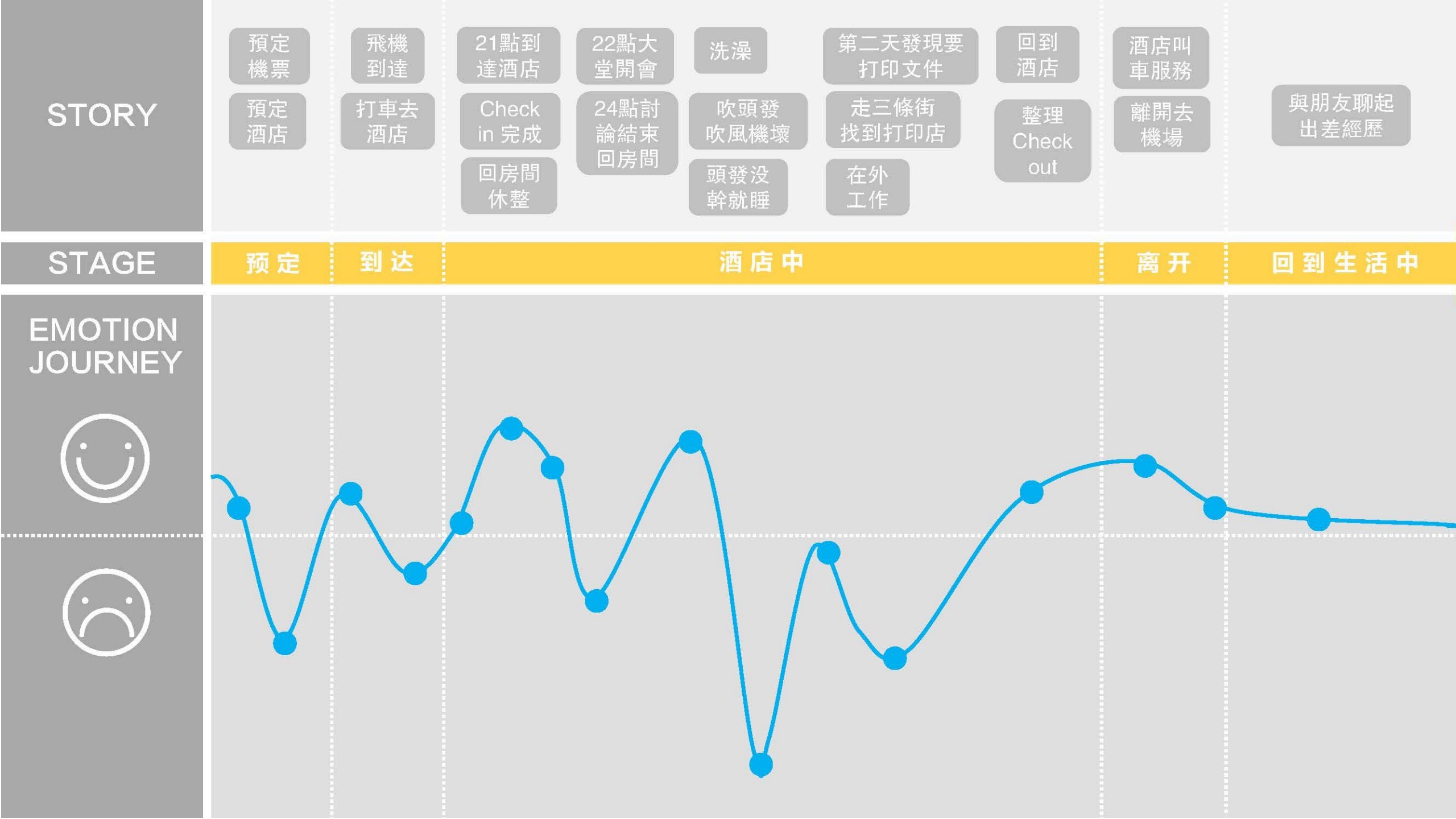


wifi密码
是多少？

5.1.3 用户旅程之“情感旅程”

EMOTION JOURNEY 情感旅程

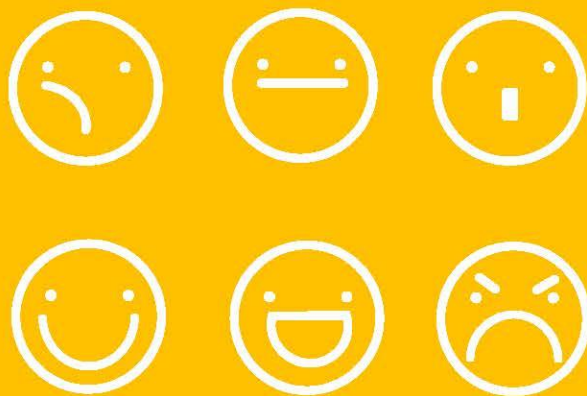




5.1.3 用户旅程之“感受”

FEELING

感受



5.1.3 用户旅程之“感受”



疑惑

疲惫

不耐烦

略欣喜

5.1.4 产出创新想法

PAIN POINT
痛点



5.1.4 产出创新想法：针对用户的痛点需求，提出HMW Question



How to define questions? 如何定义痛点问题？



如何从杂乱的信息里
筛选到符合我要求的
信息，既快，又靠谱？

没有合适的工作
讨论区域

已经很疲惫，吹风
机坏，心情更糟

临时需要打印文
件，完全不方便

5.1.4 产出创新想法：用户洞悉

KEY INSIGHTS

WHO THE MAIN PERSONA

谁? 关键的人物原型

WHAT WANT NEEDS

什么 期望/需求

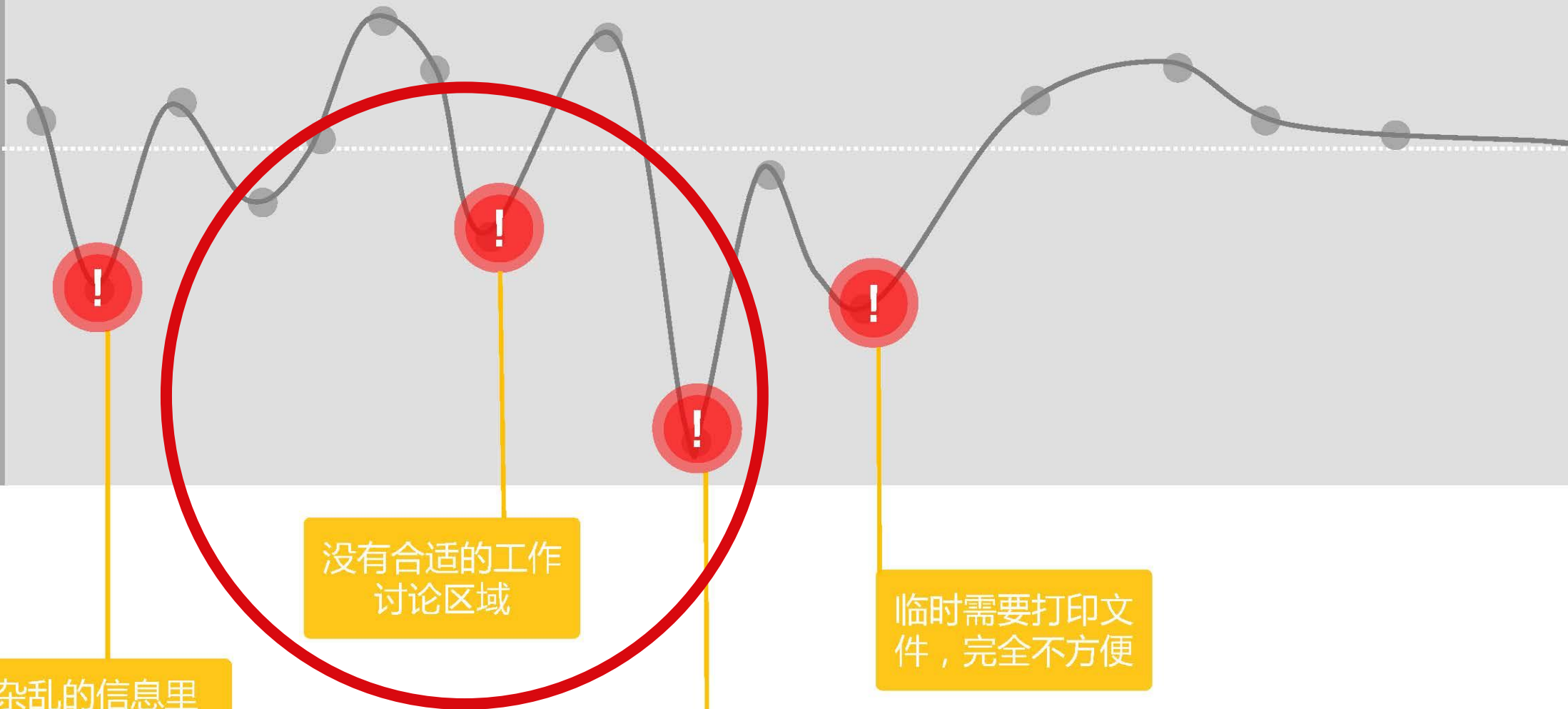
BECAUSE MOTIVATION

因为 他的动机是什么

BUT IS THERE A FRICTION

但是 这里有一些摩擦/障碍

How to define questions? 如何定义痛点问题？



如何从杂乱的信息里筛选到符合我要求的信息，既快，又靠谱？

没有合适的工作讨论区域

已经很疲惫，吹风机坏，心情更糟

临时需要打印文件，完全不方便

5.1.4 产出创新想法：用户洞悉

KEY INSIGHTS

WHO THE MAIN PERSONA

谁? 关键的人物原型

WHAT WANT NEEDS

什么 期望/需求

BECAUSE MOTIVATION

因为 他的动机是什么

BUT IS THERE A FRICTION

但是 这里有一些摩擦/障碍



KEY INSIGHTS

WHO

经常出差的老刘

WHAT

希望有一个方便讨论的办公空间，
又相对独立

BECAUSE

工作起来更高效，又不想被别人
干扰

BUT

找不到一个合适的空间

5.1.4 产出创新想法：用户洞悉

HOW MIGHT WE

我们如何帮助（谁）

（以怎样的方式）

以（达到什么目的）

5.1.4 产出创新想法：用户洞悉

KEY INSIGHTS

WHO

经常出差工作的老刘

WHAT

希望有一个方便讨论的办公空间，又相对独立

BECAUSE

他想工作更高效，又不想被别人干扰

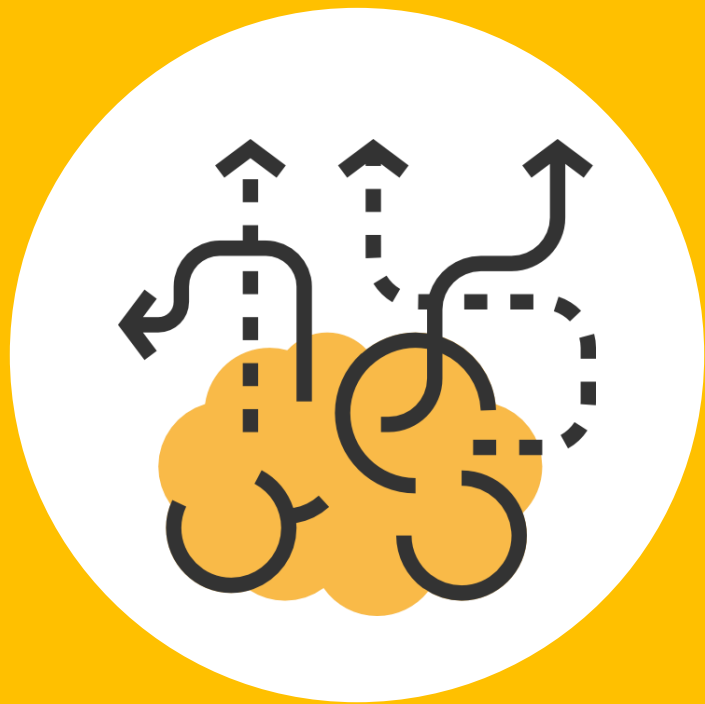
BUT

因为时间太晚找不到一个合适的空间

HOW MIGHT WE?

- 如何帮助经常出差的老刘提前做好所有的工作任务，不需要再在酒店工作。
- 如何帮助经常出差的老刘在深夜也可以快速的找到酒店附近适合工作的空间，来让他高效的完成工作。
- 如何帮助经常出差的老刘在酒店大堂工作的过程中不被外界打扰，从而让他安心的工作。
- 如何帮助老刘减少出差的次数，所有的工作或业务都在公司附近完成，避免出差带来的不确定因素的困扰。
-

5.2 头脑风暴方法



BRANSTORMING

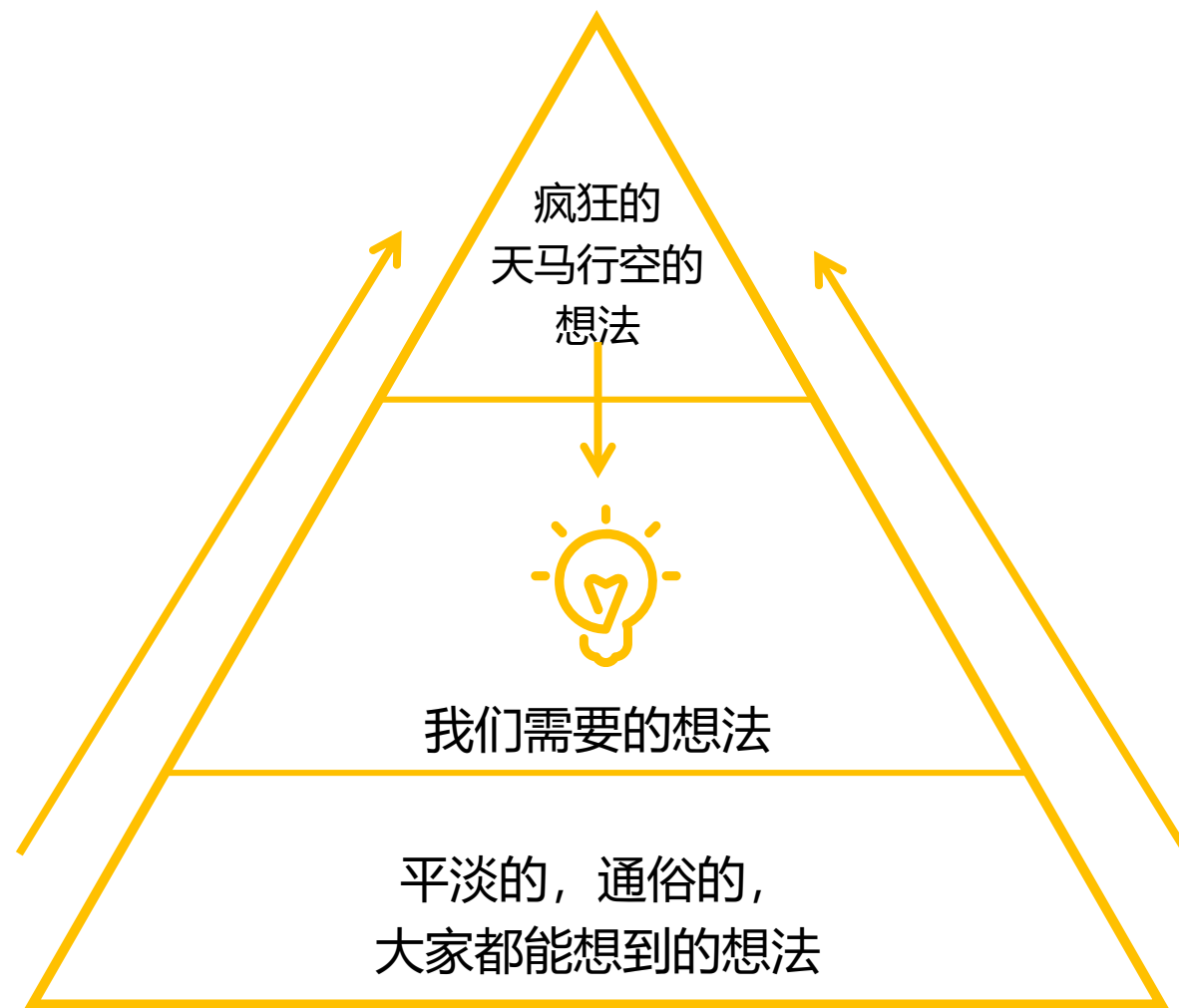
5.2.1 创意激发工具模型 1

BRAINSTORMING TOOLKIT

头脑风暴金字塔模型

在头脑风暴的过程中我们需要激发出更多的想法，有的想法会很平常有些想法会很天马行空，那怎么样找到我们正需要的想法呢？

头脑风暴的过程中不要嫌弃平庸的想法，也不要着急否定天马行空的想法，我们可以从这两者中挖掘出符合期望的点子。



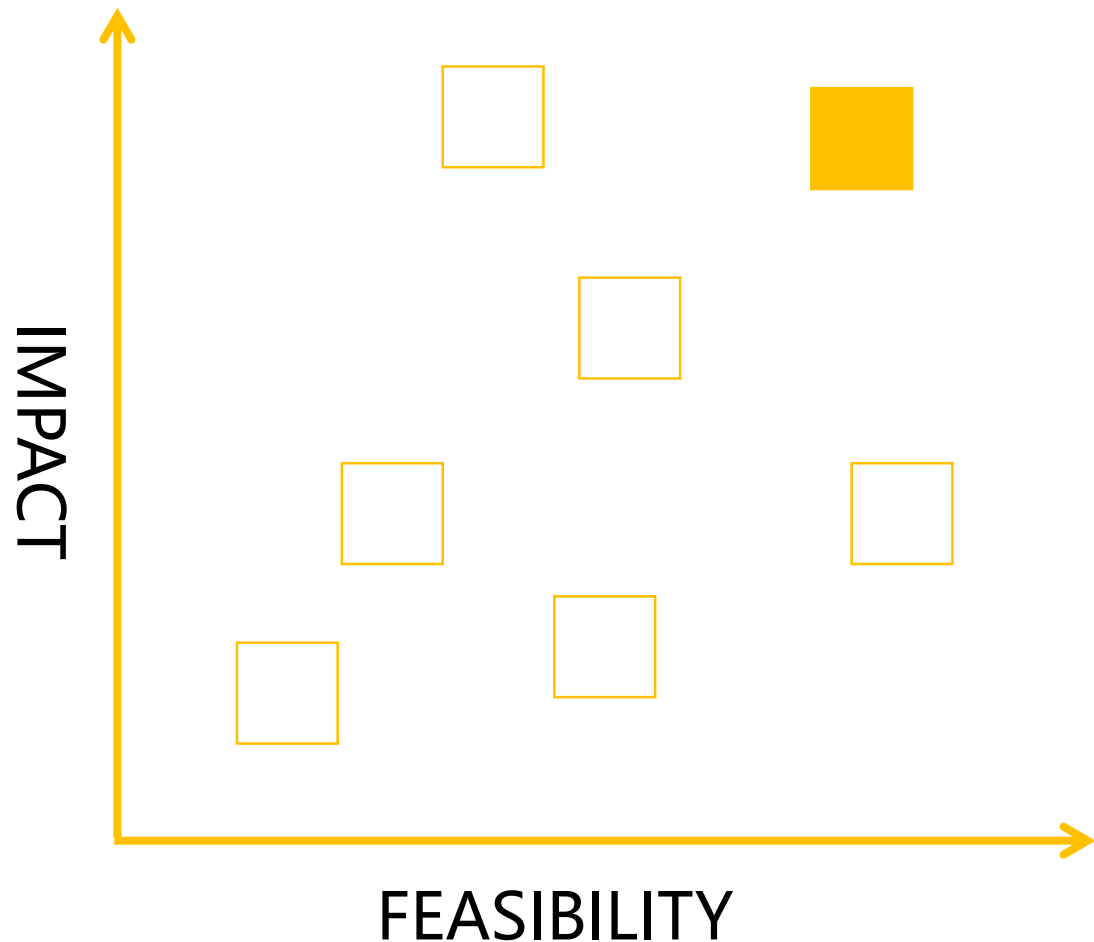
BRAINSTORMING TOOLKIT

5.2.2 创意激发工具模型 2

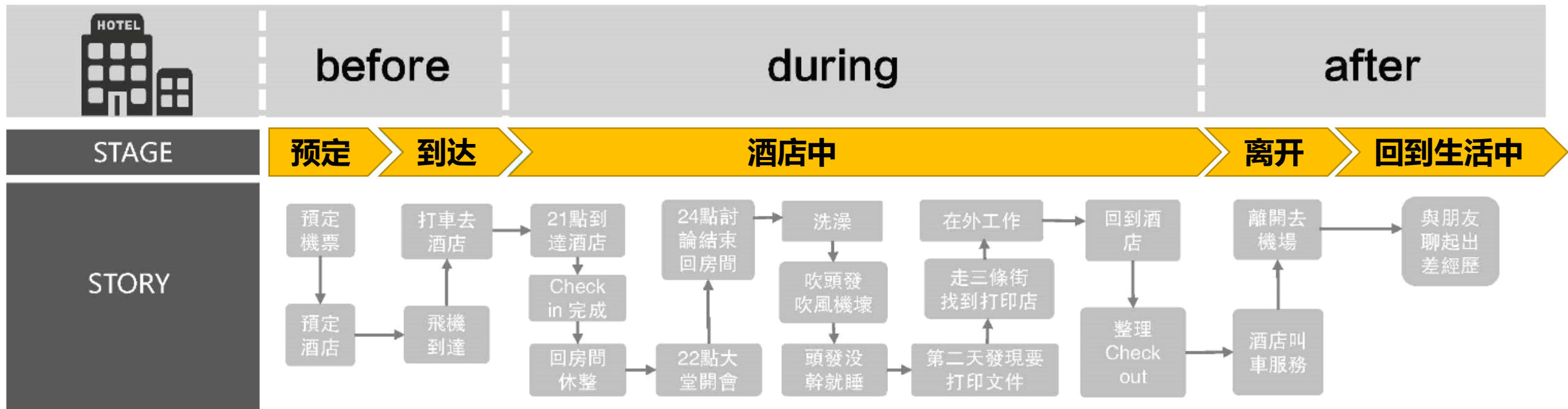
IDEA PORTFOLIO

点子排序工具模型

在创意发想阶段我们会创造出很多想法或概念，但是由于资源有限，并不能把所有的想法或概念变成现实；因此我们需要从中挑选出一些最有价值的想法来做验证，这个象限模型就是用来做想法或概念筛选的工具。

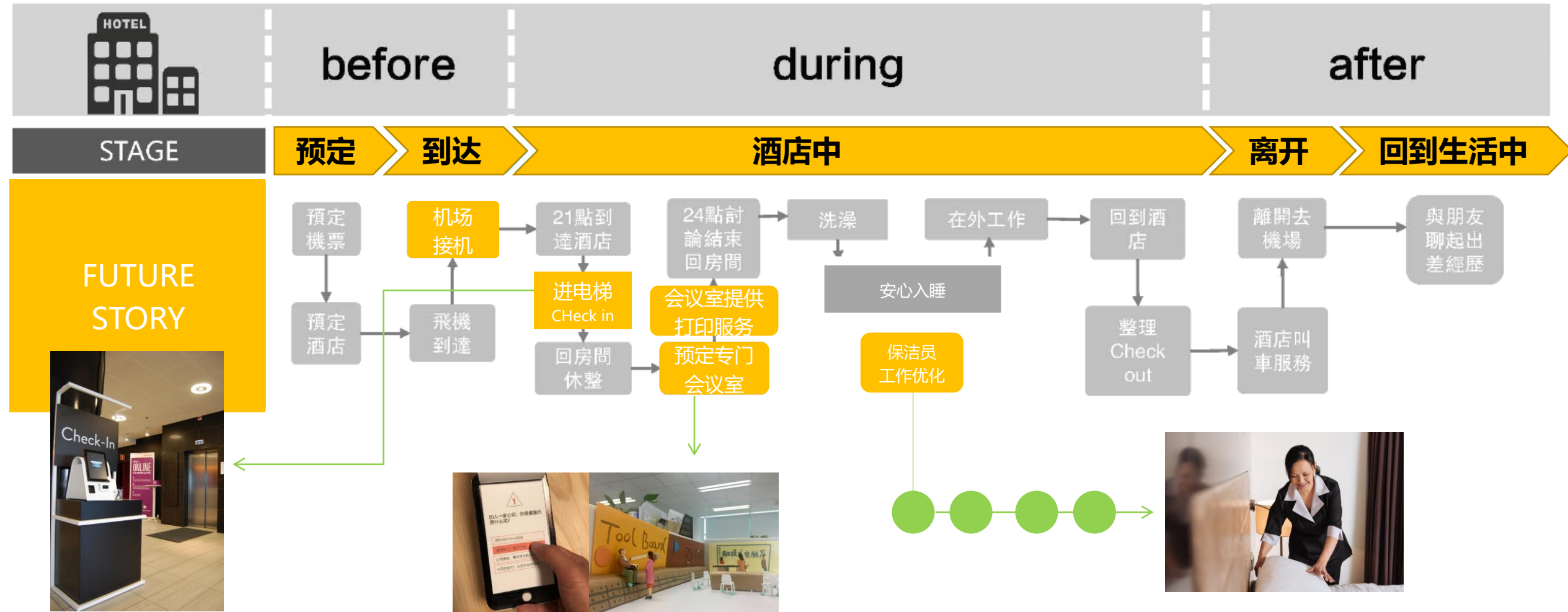


5.2总结：创意激发结论



5.2总结：创意激发结论

FUTURE USER JOURNEY



用户洞悉演练作业

- 1.确定创新小队和项目目标
- 2.分配组内各自任务
- 3.以创新小队的项目来构建用户画像
- 4.以创新小队的项目来绘制利益相关者地图
- 5.以创新小队的项目来绘制用户旅程地图
- 6.借助上述创意激发工具进行头脑风暴和用户洞悉