

# 深度解读家电企业用户需求

2019.11 北京

我们是谁？



甲方！



我们要什么？



不知道！



什么时候要？



现在要！



我们是谁？



乙方！



我们叫甲方什么？



爸爸！



我们的目标是？



让爸爸满意！



# 用户研究工作全景图

用户端

产品端

营销端

先行企划

产品企划

工业设计

产品开发

市场营销

趋势研究

人群研究

痛点概念库

概念研究

外观测评

手板测评

交互测评

APP测评

试制测评

试产测评

卖点包装

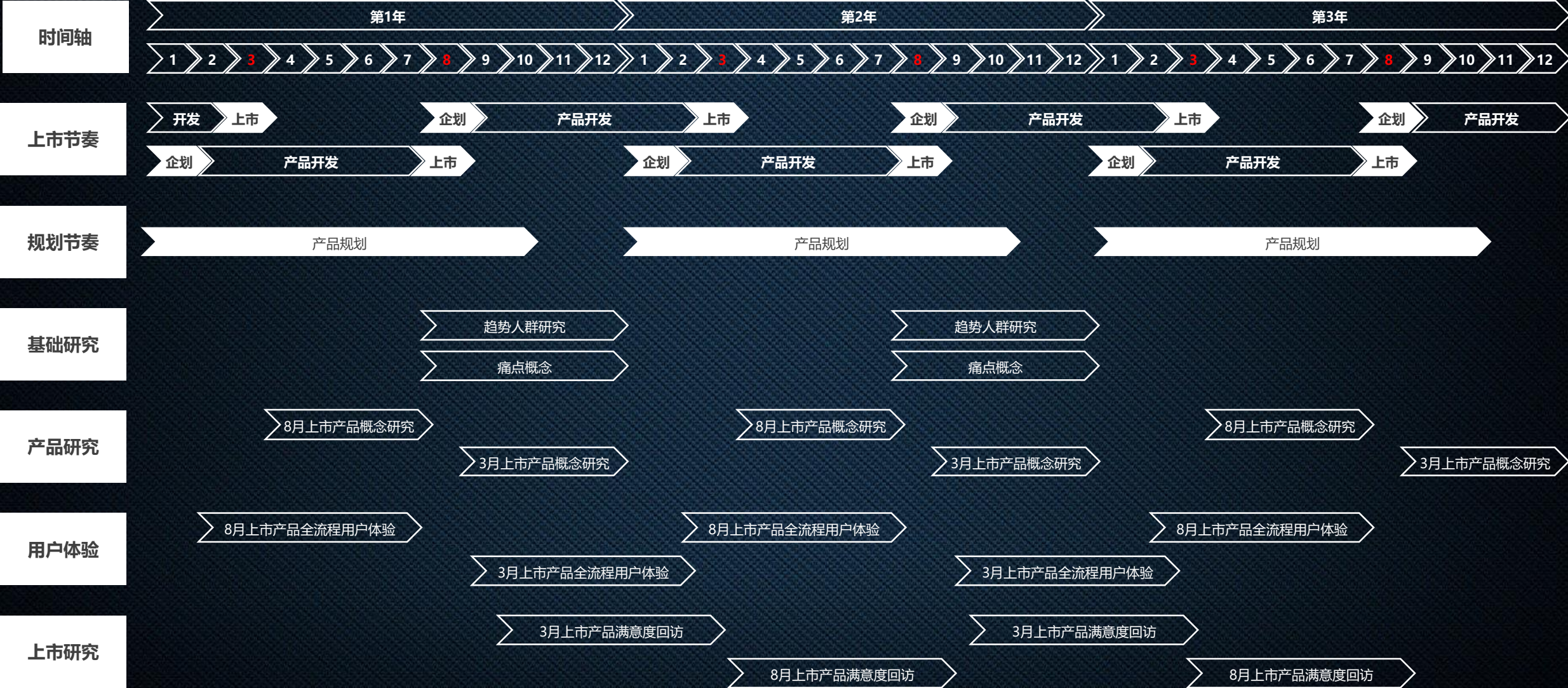
卖点测评

满意度研究

电商研究

用户研究贯穿整个用户-产品-营销，不仅包含用户体验，还要为三年规划输出趋势，为产品输出概念，为营销输出卖点

# 用户研究工作Deadline



你搞清楚甲方要什么了吗？

# 需求分类

## ➤ 领导需求

- 一般优先级高
- 一般甲方用研也比较懵
- 一般项目周期短
- 一般调研方案是没有的
- 一般不排除领导心里已经有了答案
- 一般做不好需要背锅

## ➤ 规划需求

- 一般优先级中
- 一般是上一年就规划好的项目
- 一般项目周期比较客观
- 一般研究方案甲方用研有腹稿
- 一般甲方参与人员较多
- 一般甲方有非常清晰的目标

## ➤ 加塞需求

- 一般优先级中高
- 一般都是甲方用研深恶痛绝的
- 一般项目周期极度之短
- 一般都是碎片化的研究
- 一般甲方用研抱着旁观者的心态

## ➤ 自发需求

- 一般优先级低
- 一般是甲方用研自己想做的项目
- 一般项目周期可谈
- 一般研究方案可讨论
- 一般只有甲方用研参加
- 一般对方案以及结果要求比较高

# 需求变迁

➤ 过去

能做什么	甲方	乙方
市场竞争数据	×	√
产品品牌研究	×	√
消费趋势研究	×	√
人群细分研究	×	√
用户购买数据	×	√
用户使用数据	×	×
研究方案设计	×	√
访谈问卷设计	×	√
访谈用户抽样	×	√
用户访谈主持	×	√
用户访谈分析	×	√
研究报告输出	×	√
卖点包装研究	×	×
产品创新研究	×	×

➤ 现在

能做什么	甲方	乙方
市场竞争数据	√	√×
产品品牌研究	×	√
消费趋势研究	×	√
人群细分研究	√×	√
用户购买数据	√	√
用户使用数据	√	×
研究方案设计	√	√
访谈问卷设计	√	√
访谈用户抽样	√×	√
用户访谈主持	√	√
用户访谈分析	√	√
研究报告输出	√	√
卖点包装研究	×	√×
产品创新研究	×	√×

➤ 未来



# 如何能更准确把握甲方需求

## ➤ 需求解读

- 审题要准
- 学会聆听
- 及时反馈
- 换位思考

## ➤ 需求沟通

- 要及时
- 邀请用研负责人一起沟通
- 邀请甲方需求方一起沟通
- 从甲方高层入手

## ➤ 项目竞标

- 一般不关心你的公司介绍
- 最好有同类项目经验案例
- 方案准确把握需求
- 方案能帮助甲方用研结果落地
- 方案有创新，和对手差异化

## ➤ 项目报告

- PPT要做好，说三遍
- 同步甲方PPT模板比例尺寸
- 页数不是最重要，也重要
- 结论前置
- 保持愿意修改的态度
- 分清楚“要求”和“建议”



# 我每年都在灵魂拷问我的乙方

今年你在我这里拿了这么多项目，明年你凭什么继续拿这么多项目

**求变**

**升级**

**共赢**

感谢大家

