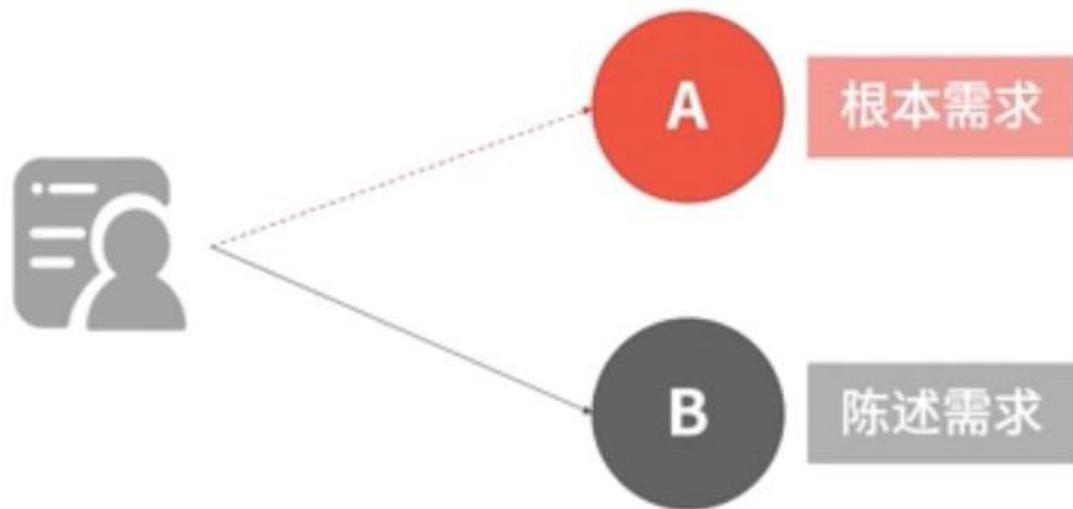


需求理解和分析

目录

- 01 为什么要学习需求分析?
- 02 什么是陈述需求、根本需求?
- 03 一个实例：从需求到方案思路
- 04 几点澄清

为什么学习需求分析？



正确的需求分析，项目

就成功**50%**

什么是根本需求，什么是陈述需求？



我需要1个电钻在墙上打个洞，来挂画！



围绕“墙上挂画”这个目的，我们能够提供什么**服务**呢？

- 售卖电钻？
- 电钻租赁？
- 上门打孔服务？
- 粘贴挂钩？
-

理解需求关键在于：

- 业务方希望达到的业务目的是什么

实际例子：1) 我们要怎样理解业务方的需求？



业务方（网易严选小程序负责人）：

我们想要做个调研，看下严选app和小程序的用户有没有差别？

我：……

实际例子：1) 我们要怎样理解业务方的需求？

业务方（网易严选小程序负责人）：我们想要做个调研，看下严选app和小程序的用户有没有差别？

表述需求

我：嗯嗯。能先分享一下想要了解用户是否存在差异的业务背景吗？

挖掘根本需求

业务方：我们一直在看数据，发现新用户拼团之后，再去购买非拼团商品的转化率不够高，现在只有20%*。

我：（OS：拼团→非拼团商品的转化与app和小程序的用户是否存在差异有什么关系？）所以，现在咱们有一个假设：小程序吸引到用户与app的用户是不同的两群人，这导致了转化率不高？

澄清

业务方：嗯嗯。

我：除了用户差异外，咱们有其它假设的原因吗？

深挖-假设

业务方：暂时没有。

我：对于转化率不高这一现状，现状有哪些规划的措施吗？

深挖-措施

业务方：想从用户的偏好来探索一些针对性措施

上面我们已经了解根本需求了，为何还要追问这两个问题呢？

*课件中出现的所有数字均为虚构的，只是为了更好地举例。
案例本身做了简化。

实际例子: 1) 我们要怎样理解业务方的需求?

问题解决3步曲

诊断现状



发掘原因



制定措施



业务方

拼团→非拼团商品
购买的转化率不够
理想

1个假设待检验:
小程序带来的用户,
与app用户不同
表述需求

基于小程序用户的
偏好, 采取针
对性的措施



数据分析师/研究员

对现有的转化率不满,
希望能提高
根本需求: 提高转化率

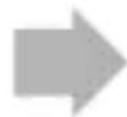
除了用户差异外, 有其它
原因吗?

对于不同的原因, 分布
可采用什么措施?
竞品都采用哪些措施?

实际例子：1) 我们要怎样理解业务方的需求？



诊断现状



发掘原因



制定措施



挖掘根本需求

了解业务方的假设

了解业务规划

众筹新课联系

! 需重点验证

话术
(示例)

- 需求的业务背景是什么？
- 现在想要了解XX，主要是为了怎样的业务目的？
- 对于XX现状，咱们有哪些考虑过有哪些可能的原因吗？
- 后续有什么规划？/针对XX现状，有考虑过哪些措施？

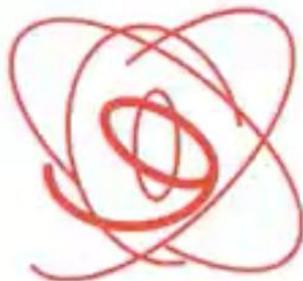
实际例子：2) 理解业务需求后，如何拆解需求？

瞄准业务目的，有逻辑地罗列尽可能多的可能原因及对应措施



业务目的

提升购买拼团商品
→ 购买非拼团商品
的转化率



可能原因

按转化路径“获悉-了解-浏览商品&挑选-决策-加购-购买”拆解，而每个关键节点都会有“人货场”对应的驱动因素和阻碍因素。

例如：

用户（差异）

- 消费能力、网购习惯
- 促销敏感度、价格敏感度
-

商品

- 商品需求量、价格
-

产品

- 是否有足够强的引导
 -
- 运营.....



对应措施

经验+脑暴+竞品

例如：

- 优先推荐拼团用户需求大的商品
- 优先推荐折扣力度大的商品
- 首次下单非拼团商品可获额外优惠
-

实际例子：2) 理解业务需求后，如何拆解需求？

为想要检验的原因&措施假设寻找对应的数据指标/研究问题



尝试形成“可能原因”部分的方案：

可能原因	数据指标*	研究问题*
用户		
· 消费能力	累计支付金额 月均支付金额 订单最高金额	您的家庭月收入是.....? 最近1年，您月均网购支出?
· 促销敏感度	促销订单占比 所有订单平均折扣率	(定性) 能描述一下您对促销的态度吗? (定量) 请评估如下描述与您的符合程度 (1-5分，很不符合-很符合)
· 价格敏感度	1spu平均折扣率 分品类的价格段在整体价格段中的位置	在选购商品时，您会优先考虑如下哪3-5个因素? 如下哪个描述最接近您的选购习惯？为了品质支付更多、凑合即可便宜最重要、品质和价格折中选择
·

怎样判断最终选择哪些数据指标呢？

- 直接性
- 准确度
- 可得性

*注意：上述的数据指标和研究问题都不是唯一的，需根据业务的实际情况去选择。

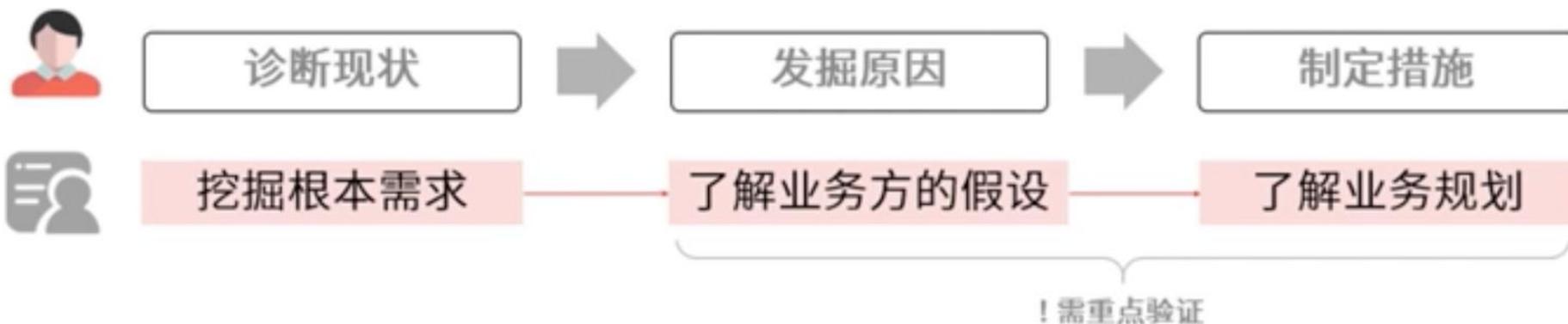
几点澄清

1. 本节课探讨的需求分析，是指业务方的需求，并未包括用户侧的需求
2. 需求分析是有多种不同的方法
3. 需求沟通往往是多次，几个关键节点：
 - ①业务目的
 - ②对业务目的的拆解，则希望通过分析或者调研回答哪些问题
 - ③分析方案思路（逻辑上是否能够达成一致）
4. 陈述需求和根本需求不一定是分离的

回顾

陈述需求（打孔机）**vs.**根本需求³（把画挂在墙上）

解决问题3步曲：



话术
(示例)

- 需求的业务背景是什么？
- 现在想要了解XX，主要是为了怎样的业务目的？
- 对于XX现状，咱们有哪些考虑过有哪些可能的原因吗？
- 后续有什么规划？/针对XX现状，有考虑过哪些措施？