

# 互联网行业 调研解决方案

# Contents

## 目录

- 01 当下互联网行业的环境
- 02 互联网行业所需的调研
- 03 体验管理体系搭建流程
- 04 精选案例及结果运用

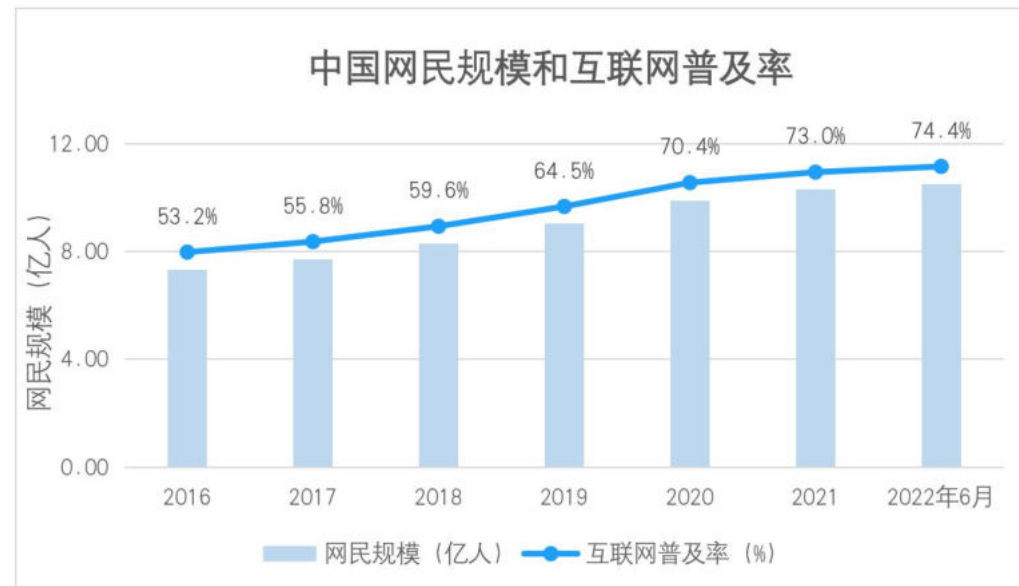
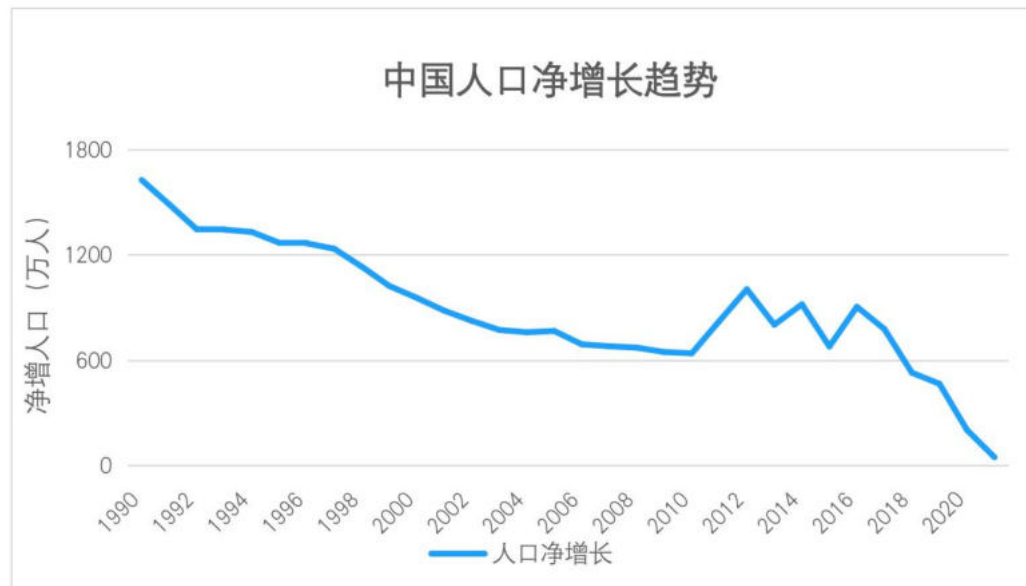
# 01

## 当下互联网行业的环境



# 人口红利减少

WJX.CN



- 中国人口净增长趋势呈现下降趋势：2021年中国人口自然增长率为0.34‰，仅为48万人；
- 互联网普及率增速变缓：截止2022年6月，中国网民规模为10.51亿，互联网普及率达74.4%；
- 人口红利减少，市场已经从过去的增量市场变成了存量市场。

# 产品同质化严重

WJX.CN

- 消费者都喜欢差异化，但是现实非常残酷：越是白热化品类，越趋同。特别是在红海赛道中，很多人都有这样困惑：自家产品，感觉和竞品都差不多，好难打；
- 如此高度同质化的环境下，企业提升自身的市场竞争力是关键。这需要企业更加了解用户痛点和需求，并不断推陈出新，让自己的产品时刻领先竞争对手。在产品不断推新的过程中，也需要通过广告语、宣传图、社交媒体等，凸显产品亮点及展示抓人眼球的内容；
- 在产品不断丰富过程中，企业还需要持续建立品牌壁垒。当产品高度同质化时，消费者买的不仅仅是产品，同时也关注品牌信息。企业需要让消费者认同自己的产品和品牌，从而获得更大的市场份额。

# 存量时代，体验为王

WJX.CN

19世纪80年代  
进入工业社会

2000年  
进入信息社会

2010年  
进入体验时代

工业型基因 | 解决交付物的有无

效率型基因 | 追求经营的最大效率

体验型基因 | 以用户为中心

# 体验管理解决方案

WJX.CN

## 产品体验

提升产品与市场的匹配度  
增加用户钱包(总开销)份额  
减少产品上市时间

产品概念测试  
产品功能排序  
产品功能需求分类

## 客户体验

降低客户流失  
减少服务成本  
提升客户生命周期价值

NPS问卷调查  
客户满意度调查  
客户旅程管理

## 品牌体验

获得新客户  
增加市场份额  
提升品牌形象和感知

品牌健康度洞察  
品牌logo测试  
广告语测试

## 员工体验

吸引和留住人才  
增加员工参与度  
提高员工生产力

员工满意度调查  
员工敬业度调查  
360度评估

# 02

## 互联网行业所需的调研



# 听到真实的用户声音

WJX.CN

- 用户与企业的互动不再仅仅是单一的触点，用户可以通过无数触点认知品牌和产品。其中任意一个触点或环节与用户预期不符，可能都会造成用户流失甚至成为企业的贬损者；
- 随着全面步入体验经济时代，用户的声音对企业的影响越来越大。企业可以让用户参与到产品设计中，研发出用户需要和喜欢的产品；
- 企业必须积极主动地寻找多样化的方式去了解用户，并持续对他们进行深入探索。了解用户选择、使用、推荐产品的原因，并不断优化产品，进一步提升产品的生命周期；
- 倾听用户真实的声音，可以通过用户调研、用户评价、用户反馈等方式。这些收集到的信息和数据可以作为产品研发决策的依据。

# 产品生命周期

WJX.CN



# 03

## 体验管理体系搭建流程



# 体验管理体系搭建流程

WJX.CN

创建问卷

常规创建：选择[调研题型]

快速创建：选择[对应模型]

发送问卷

定向发送：链接、微信、邮件等

样本服务：向特定人群画像投放

结果分析

无效答卷剔除

默认报告、分类统计、交叉分析

数据大屏

每一步都能通过问卷星高效完成

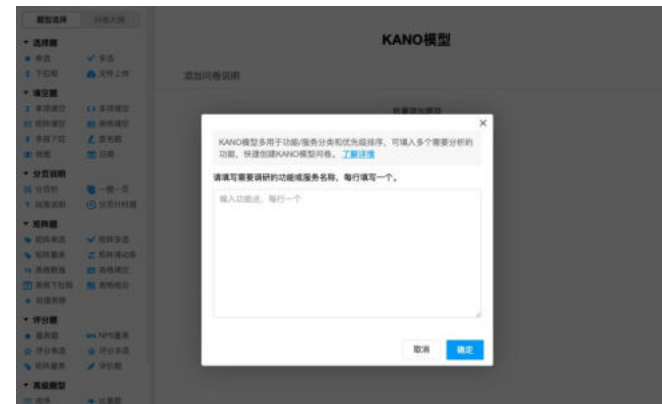
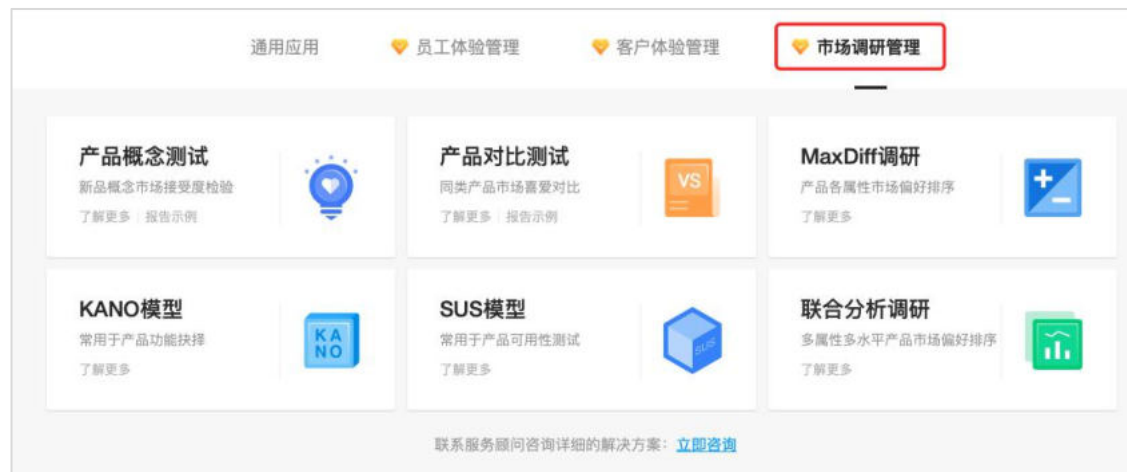
## 常规创建

——选择[调研题型]



## 快速创建

——直接展示[对应模型]



## 定向发送

——链接、微信、邮件等

链接与二维码 微信发送 邮件发送 短信发送 样本服务 自定义链接

### 问卷链接与二维码

 <https://www.wjx.cn/vm/...1.aspx> 复制 打开

制作海报 微信发送 在线访谈 | 问卷设置 设置企业专属链接

### 自定义来源>>

可以根据不同人群自定义问卷链接，比如教师和学生可设置两个链接分开发放作答。

### 自定义链接参数>>

如果您有自己的会员或员工系统，链接中可直接带入系统参数，获取用户名，跟踪答题状态，回传答卷数据。此外，您还可以使用自定义链接参数控制问卷中部分题目的选择和填写，通过这些链接进入问卷，部分题目可以自动选择和填写，不再需要填写者手动作答，[点击这里了解详情](#)。

### 嵌入式部署 ② 浮层式部署 更多设置>>

嵌入页面高度: 自适应问卷高度

```
<script type='text/javascript' src='https://www.wjx.cn/handler/qemed.ashx?activity=t9oGRH&width=760&source=iframe'></script>
```

复制代码 iframe嵌入

## 样本服务

——向特定人群画像投放

### 样本人群要求

如果您的问卷对目标人群有要求，请指定以下属性，可多选

性别:  男  女

年龄:  全部  18岁以下  18-23岁  24-30岁  31-40岁  41-49岁  50岁以上

学历:  全部  高中及以下  大专  本科  研究生及以上

婚姻状况:  未婚  已婚  已有子女

地区:  全部  北京  上海  广东  浙江  江苏  山东  河南  湖北  河北  福建  四川  安徽  广西  辽宁  湖南  陕西  江西  重庆  山西  吉林  天津  云南  贵州  海南  甘肃  宁夏  青海  西藏  新疆  内蒙古  黑龙江

行业:  IT/互联网  餐饮/酒店/旅游  制造业  金融业  物流业  建筑/房地产

工作经历:  全部  在校高中生  在校大学生  1年以内  1-3年  3-8年  8年以上

目前职位:  全部  一般员工  基层管理人员  中层管理人员  高层管理人员

职业状态:  在校高中生  在校大学生  在职人员  公务员  事业单位  外企

月收入:  全部  小于3001元  3001-5000元  5001-10000元  10001-15000元  15001-20000元  20001元以上

特定人群:  微信  微博  直播购物经历  游戏玩家  私家车主  电商从业者  股民  有过境外旅游

其他要求:  人工报价 |

# 结果分析

## 无效答卷剔除

## 默认报告、分类统计、交叉分析

## 数据大屏



题目\选项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意	平均分
我会愿意经常使用【微信APP】	0(0%)	0(0%)	1(33.33%)	0(0%)	2(66.67%)	4.33
我认为【微信APP】过于复杂了	1(33.33%)	2(66.67%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1.67
我认为【微信APP】很容易使用	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(66.67%)	1(33.33%)	4.33

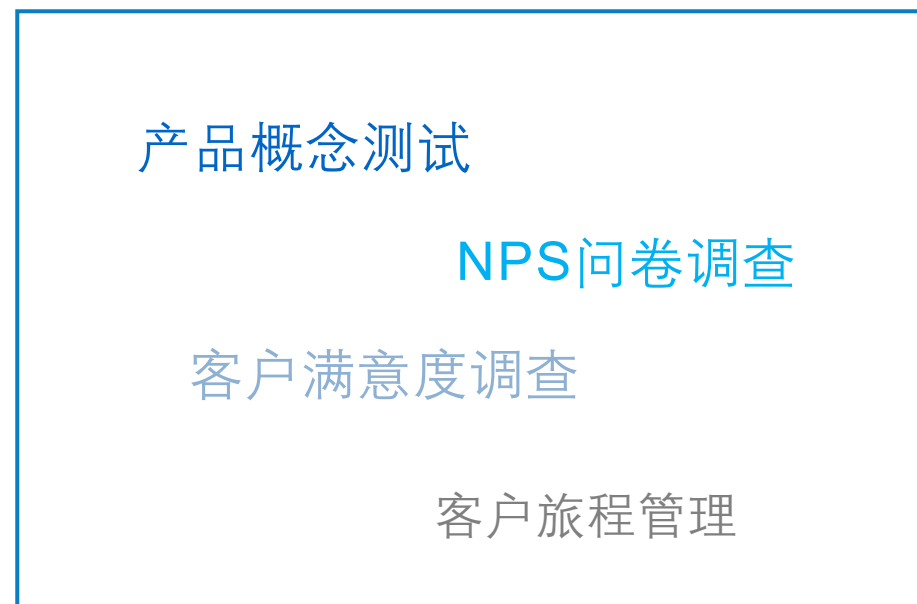


# 体验管理题型应用

WJX.CN

常用调研题型

常用问卷模板



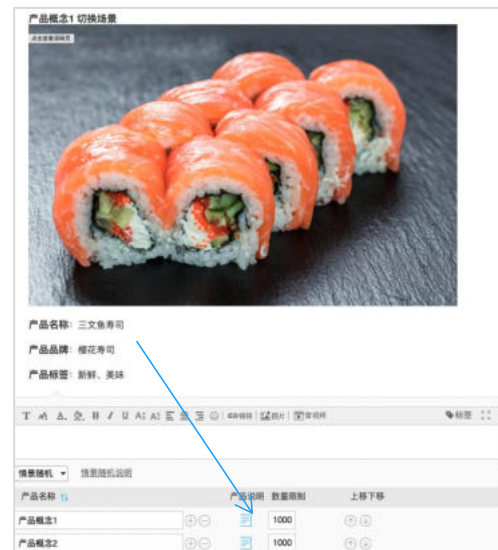


# 产品概念期：产品概念测试

## 使用场景

在产品概念期，了解新品概念被市场接受程度，可以使用**产品概念测试**。该问卷模板通过给受访者展示新产品概念，从而定位到具有最佳市场机会的产品概念。产品概念测试从行为意愿、市场偏好、产品独特性、品牌印象、品牌标签、市场需求、可信度、情绪分析等多个维度进行评估，了解影响用户选择喜爱产品的关键原因。

## 创建方式



## 结果分析

### 多个产品报告

**整体产品概念测试报告：**  
详细展示多个产品概念对比数据，得出最适合市场的产品开发和产品上线方向

**单个产品概念测试报告：**  
分析影响该产品概念不被用户喜爱的最关键原因，有针对性的进行优化

#### 寿司概念测试报告

调研对象：三文鱼寿司 查看产品调研报告  
多口味寿司 查看产品调研报告  
慕斯寿司 查看产品调研报告

**基本指标分析**

行为意愿分析

题目：根据您看到的内容，您有

产品名称	得分
三文鱼寿司	9
多口味寿司	8
慕斯寿司	6

**品牌总体分析**

品牌印象分析

题目：该产品在多大程度上符合您对其所属品牌的印象

分值区间	被选次数	占比
1-1	0	0%
2-4	2	50%

### 多个维度评估

从行为意愿、市场偏好、产品独特性、品牌印象、品牌标签、市场需求、可信度、情绪分析等多个维度进行评估，了解影响用户选择喜爱产品的关键原因

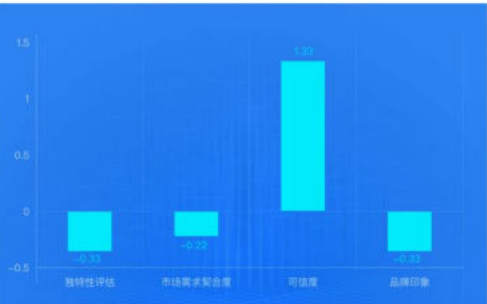


行为意愿  
可信度  
市场偏好  
市场需求  
品牌印象  
品牌标签  
产品独特性  
情绪分析

### 专业的数据分析方式

采用专业的线性回归方程模型，计算各个影响因子之间的相互关系，详细了解影响用户对各个产品概念喜爱度、可信度、行为意愿等打分较低的关键原因

喜爱度	总体而言，您是否喜欢此产品			
	市场独特性	市场需求契合度	可信度	品牌印象
回归系数	-0.33	-0.22	1.33	-0.33



**总结**

对喜爱度有「正向影响」的指标：  
“可信度”得分越高，用户对产品的喜爱度会越高（系数为正值的指标）

对喜爱度有「负向影响」的指标：  
“独特性评估、市场需求契合度、品牌印象”得分越高，用户对产品的喜爱度会越低（系数为负值的指标）

### 行为意愿—相关因子回归分析

探究相关因子如何影响用户对产品的可信度

#### 行为意愿—重要指标回归分析

行为意愿	根据您看到的内容，您有多大可能会使用此产品？				
	独特性评估	需求分析	可信度	品牌印象	市场喜爱度
回归系数	-0.43	0.29	0.4	-0.35	0.22



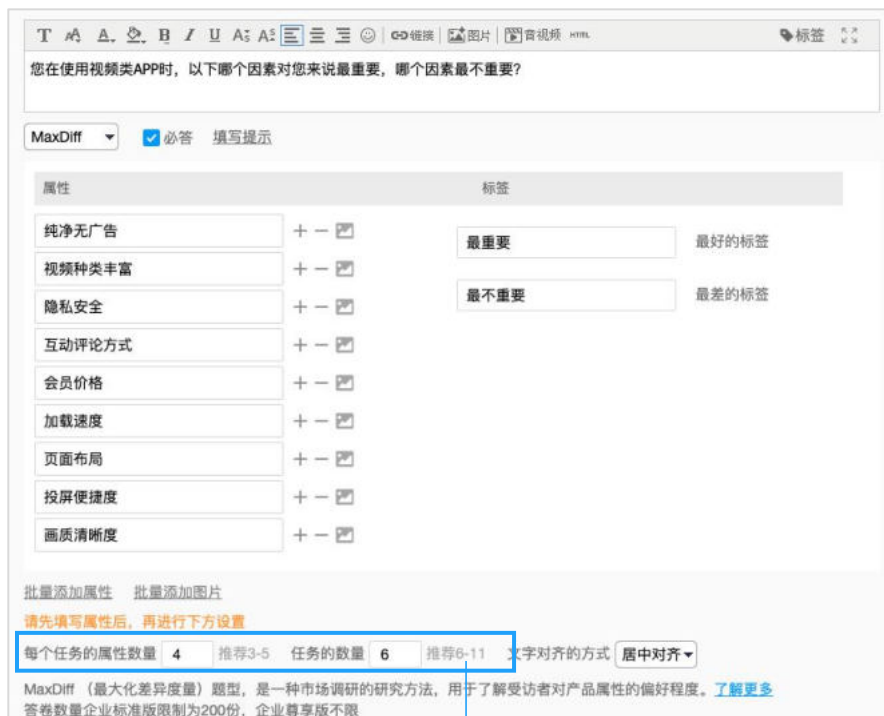
基本指标分析  
品牌总体分析  
喜爱度—相关因子回归分析  
可信度—相关因子回归分析  
行为意愿—相关因子回归分析  
主维度分析  
自定义题目分析

# 设计开发期：产品属性偏好程度

## 使用场景

在产品的设计开发期，了解用户对于不同属性的偏好程度，可以使用Maxdiff模型。该模型通过对比的方法进行偏好排序，从而理清受访者对每项事物的偏好程度。Maxdiff解决了传统打分结果差异较小、不同群体打分标准差异大、多项选择排序难等痛点。该模型常用于产品功能点偏好、广告语偏好、风格偏好、品牌偏好、卖点偏好等场景。

## 创建方式



$$\text{任务的数量} = \text{每个属性展示的次数} \times \frac{\text{总属性数量}}{\text{每组任务的属性数量}}$$

每个属性展示次数的范围建议3-5次，所以任务数量的推荐范围是6-10轮



## 结果分析

第1题：您在使用视频类APP时，以下哪个因素对您来说最重要，哪个因素最不重要？ [MaxDiff]

题目\选项	偏好份额	概率	P 值	最重要	最不重要	出现次数	分数
视频种类丰富	100%	93.58%	1.00	8	0	8	1.00
加载速度	0%	0%	0.06	4	0	8	0.50
投屏便捷度	0%	0%	0.17	3	0	9	0.33
画质清晰度	0%	0%	0.35	2	0	9	0.22
互动评论方式	0%	0%	0.17	0	3	9	-0.33
页面布局	0%	0%	0.12	1	4	7	-0.43
隐私安全	0%	0%	0.12	0	3	7	-0.43
会员价格	0%	0%	0.06	0	4	8	-0.50
纯净无广告	0%	0%	0.05	0	4	7	-0.57

有效答卷：3

表格 柱状 条形 折线 雷达

数据可以按分数大小排序，通过计数可以直观看出来访者对属性的偏好程度。

- 分数越高，一个属性对你的受访者越有吸引力；
- 正分意味着该属性被选为最重要的次数多于最不重要的次数；
- 负分意味着该属性被选为最不重要的次数比最重要的次数要多；
- 0分表示该属性被选为最重要和最不重要的次数相等或从未被选中。

注：分数 = (最重要标签的次数 - 最不重要标签的次数) / 属性出现的次数

## 使用场景

在产品的设计开发期，了解某个功能具备/不具备，对于用户满意度的影响程度，可以使用**Kano模型**。该模型通过对同一功能进行正、反向提问，并将选项设置为5个不同的满意程度，了解用户需求属于的类别，帮助企业在资源有限的情况下，更科学地平衡用户需求和商业资源，从而提升ROI。

## 创建方式



KANO模型多用于功能/服务分类和优先级排序，可填入多个需要分析的功能，快捷创建KANO模型问卷。 [了解详情](#)

请填写需要调研的功能或服务名称，每行填写一个。

统一认证登录：只需一次登录，可不输密码登录其他系统  
安全提醒系统：如火灾预警，三违提醒

取消 确定

功能+定义

五点态度量表

\*统一认证登录：只需一次登录，可不输密码登录其他系统

很喜欢 理所当然 无所谓 勉强接受 很不喜欢

如果有这个功能您的评价是：



如果没有这个功能您的评价是：



\*安全提醒系统：如火灾预警，三违提醒

很喜欢 理所当然 无所谓 勉强接受 很不喜欢

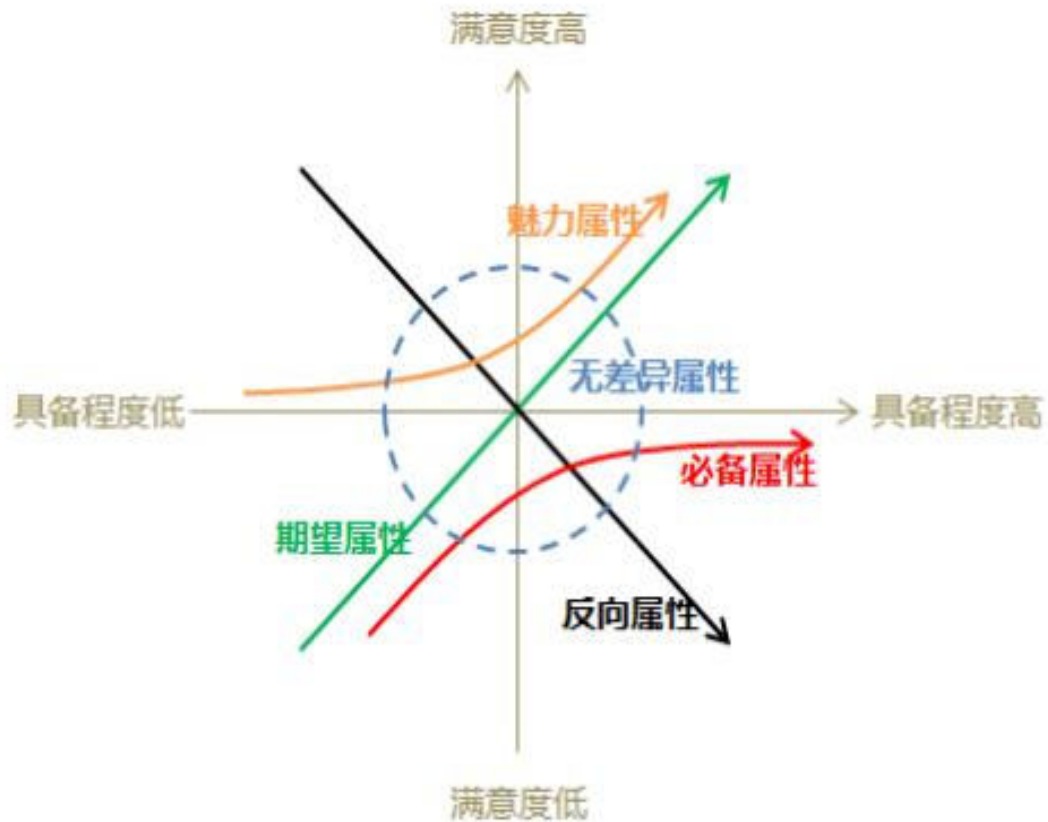
如果有这个功能您的评价是： 正向题



如果没有这个功能您的评价是： 反向题



## 结果分析



### 必备属性：

- 提供此类需求，用户满意度不会提升
- 不提供此类需求，用户满意度会大幅下降

### 期望属性：

- 提供此类需求，用户满意度会提升
- 不提供此类需求，用户满意度会下降

### 魅力属性（用户意想不到的需求）：

- 提供此类需求，用户满意度会大幅提升
- 不提供此类需求，用户满意度不会下降

### 反向属性（用户不需要的需求）：

- 提供此类需求，用户满意度会大幅下降

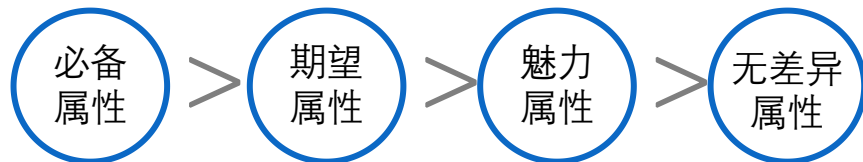
### 无差异属性（用户不会在意的需求）：

- 无论是否提供此类需求，用户满意度都不会改变

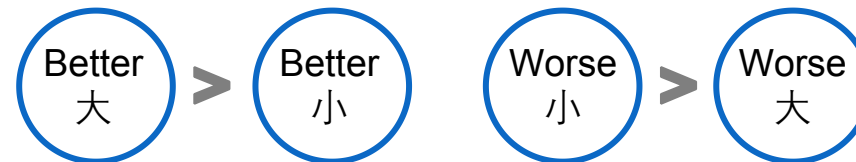
## 结果分析

具备\不具备	很满意	满意	一般	不满意	很不满意
很满意	可疑结果	魅力因素	魅力因素	魅力因素	期待因素
满意	反向结果	无差异	无差异	无差异	必备因素
一般	反向结果	无差异	无差异	无差异	必备因素
不满意	反向结果	无差异	无差异	无差异	必备因素
很不满意	反向结果	反向结果	反向结果	反向结果	可疑结果

- **Better系数**:  $\text{Better(满意影响力)} = \frac{\text{期望} + \text{魅力}}{\text{期望} + \text{魅力} + \text{必备} + \text{无差异}} \times 100\%$  Better的数值通常为正, 表示如果产品提供某功能或服务, 用户的满意度会提升。其正值越大, 代表用户满意度提升的效果会越强, 满意度上升的越快;
- **Worse系数**:  $\text{Worse(不满意影响力)} = \frac{\text{期望} + \text{必备}}{\text{期望} + \text{魅力} + \text{必备} + \text{无差异}} \times 100\% \times (-1)$  Worse的数值通常为负, 表示如果产品不提供某功能或服务, 用户的满意度会降低。其负值越大, 代表用户满意度降低的效果会越强, 满意度下降的越快



需求优先级排序



需求优先级排序

## 使用场景

在产品上市前，了解用户对于宣传图关注的情况，可以使用**图片PK**。该题型使用的是Maxdiff模型（每个任务的属性数量设置为2时自动转化为图片PK题型），通过多轮两两PK模式（用户只需选择更喜欢的即可），找到用户对于宣传图的喜爱偏好。该题型常用于宣传图偏好、包装偏好、品牌偏好等有图片展示的内容。

## 创建方式



在下面的两张图片中选出你更喜欢的一张?

MaxDiff  必答 填写提示

属性	标签
1	最重要
2	
3	最不重要

批量添加属性 批量添加图片

请先填写属性后，再进行下方设置

每个任务的属性数量 **2** 推荐3-5 任务的数量 **6** 推荐6-10 文字对齐的方式 居中对齐

MaxDiff (最大化差异度量) 题型，是一种市场调研的研究方法，用于了解受访者对产品属性的偏好程度。了解  
答卷数量企业标准版限制为200份，企业尊享版不限

逻辑设置: 题目关联 隐藏题目

完成编辑

在下面的两张图片中选出你更喜欢的一张?

1

PK

2

1/6



# 产品上市前：广告语/宣传语测试

## 使用场景

在产品上市前，了解用户对于不同广告语的偏好程度，可以使用Maxdiff模型/图片PK(可以不上传图片)。该模型通过对比的方法进行偏好排序，从而理清受访者对每项事物的偏好程度。可以用于产品功能点偏好、广告语偏好、logo偏好、品牌偏好、卖点偏好等。

## 创建方式



• 以下广告语中，您最喜欢哪个？最不喜欢哪个？

最喜欢		最不喜欢
<input type="radio"/>	广告语2	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	广告语3	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	广告语1	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	广告语5	<input type="radio"/>

< 1/6 >

以下广告语中，您最喜欢哪个？最不喜欢哪个？

MaxDiff  必答 填写提示

属性	标签
广告语1	<input type="text" value="最好"/>
广告语2	<input type="text" value="最坏"/>
广告语3	<input type="text" value="最好"/>
广告语4	<input type="text" value="最坏"/>
广告语5	<input type="text" value="最好"/>
广告语6	<input type="text" value="最坏"/>

批量添加属性 批量添加图片  
请先填写属性后，再进行下方设置



• 以下两条广告语中，您更喜欢哪条？

广告语4

PK

广告语5

< 1/6 >

以下两条广告语中，您更喜欢哪条？

MaxDiff  必答 填写提示

属性	标签
广告语1	<input type="text" value="最喜欢"/>
广告语2	<input type="text" value="最不喜欢"/>
广告语3	<input type="text" value="最喜欢"/>
广告语4	<input type="text" value="最不喜欢"/>
广告语5	<input type="text" value="最喜欢"/>
广告语6	<input type="text" value="最不喜欢"/>

批量添加属性 批量添加图片  
请先填写属性后，再进行下方设置

每个任务的属性数量 2 推荐3-5 任务的数量 6 推荐9-15 文字对齐的方式 居中对齐

MaxDiff (最大化差异度量) 题型，是一种市场调研的研究方法，用于了解受访者对产品属性的偏好程度。[了解更多](#)  
答卷数量企业标准版限制为200份，企业尊享版不限

逻辑设置： 题目关联 隐藏题目

## 使用场景

在产品上市后，如果希望进行产品新旧版本迭代之间对比、同类型竞品之间对比、同一产品不同终端之间对比，可以使用SUS模型。该模型适用范围广泛，采用正反语气间隔（奇数题为正面语气，偶数题为负面语气）的形式进行提问，使答案更加客观。同时该模型可以科学地量化用户体验，并和总数据库里其他产品进行对比。

## 创建方式



了解SUS模型

【微信APP】 |

取消 确定

正面语气

反面语气

### \*1. 产品可用性问卷

	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意
我会愿意经常使用【微信APP】	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为【微信APP】过于复杂了	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为【微信APP】很容易使用	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我需要专业人员的帮助才能使用【微信APP】	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得【微信APP】的多个功能整合的很好	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得【微信APP】有太多不习惯的地方	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得大多数人都能很快学会使用【微信APP】	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得【微信APP】使用起来很麻烦	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
在使用【微信APP】的过程中，我感觉很自信	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我需要学习很多东西，才能学会使用【微信APP】	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 结果分析

第1题：产品可用性问卷 [矩阵量表题]

Sus可用性得分：77.5，评级：B+，超过80%-84%的产品 [查看详细数据](#)

题目\选项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意	平均分
我会愿意经常使用【微信APP】	0(0%)	0(0%)	1(33.33%)	0(0%)	2(66.67%)	4.33
我认为【微信APP】过于复杂了	1(33.33%)	2(66.67%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1.67
我认为【微信APP】很容易使用	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(66.67%)	1(33.33%)	4.33
我需要专业人员的帮助才能使用【微信APP】	1(33.33%)	2(66.67%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1.67
我觉得【微信APP】的多个功能整合的很好	0(0%)	0(0%)	2(66.67%)	1(33.33%)	0(0%)	3.33
我觉得【微信APP】有太多不连贯的地方	2(66.67%)	1(33.33%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1.33
我觉得大多数人都能很快学会使用【微信APP】	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(33.33%)	2(66.67%)	4.67
我觉得【微信APP】使用起来很麻烦	0(0%)	2(66.67%)	1(33.33%)	0(0%)	0(0%)	2.33
在使用【微信APP】的过程中，我感觉很自信	0(0%)	0(0%)	2(66.67%)	1(33.33%)	0(0%)	3.33
我需要学习很多东西，才能学会使用【微信APP】	1(33.33%)	1(33.33%)	1(33.33%)	0(0%)	0(0%)	2
小计	5(16.67%)	8(26.67%)	7(23.33%)	5(16.67%)	5(16.67%)	77.5

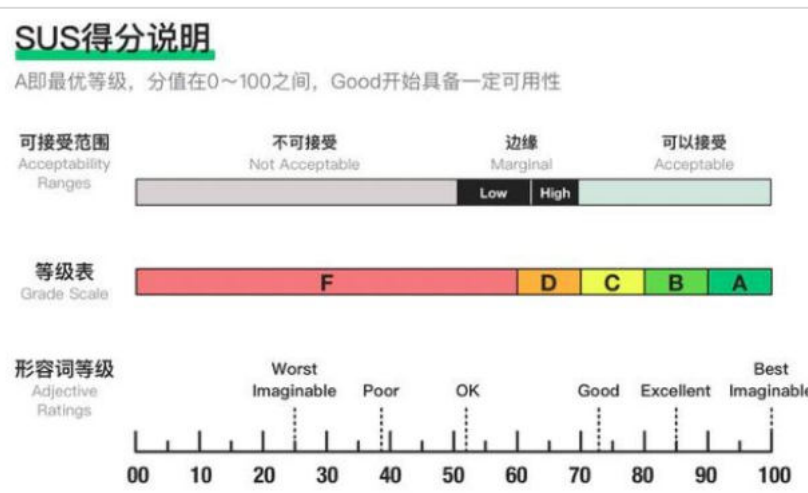
[表格](#) [柱状](#) [条形](#) [折线](#) [雷达](#)

### 问题组成

- SUS模型由10个题目组成，奇数项为正面陈述，偶数项为反面陈述。其中第4, 5, 10三项构成的子量表为“有效性”&“易学性”；第2, 3, 7, 8四项构成的子量表为“使用效率”&“可用性”；第1, 6, 9三项构成子量表“满意度”。

计算方式（非常不同意 - 非常同意的分值范围是0-4分）：

- 所有奇数编号题目得分减一后相加 / 奇数编号题之和 - 5
- 所有偶数编号题目得分由五减去后相加 / 25 - 偶数编号题之和
- 将奇数项最终得分+偶数项最终得分后 乘以2.5 即最终SUS得分



### SUS分数的曲线分级范围

SUS分数等级	评级	百分等级
84.1-100	A+	96-100
80.8-84	A	90-95
78.9-80.7	A-	85-89
77.2-78.8	B+	80-84
74.1-77.1	B	70-79
72.6-74	B-	65-69
71.1-72.5	C+	60-64
65-71	C	41-59
62.7-64.9	C-	35-40
51.7-62.6	D	15-34
0-51.7	F	0-14

注：百分等级的意思是指测量的产品或系统相对于总数据库里其他产品或系统的可用性程度

## 使用场景

在产品上市后，如果希望了解用户对于各个环节的满意度和NPS情况，可以使用**客户旅程管理**。该问卷将客户的体验按旅程地图分布为几个不同的触点，详细展示每个触点的不同体验质量，对体验感差的触点进行优化和改进，从而吸引用户，增加营收。

## 创建方式



通用应用 员工体验管理 **客户体验管理** 市场调研管理

**NPS 问卷调查**  
将客户分为批评型、被动型、推荐型

**客户满意度调查**  
了解客户对产品及相关服务的态度和方向的优化产品降低客户流失率更多的客户

**客户旅程管理**  
将客户的体验按旅程地图分布为几个不同的触点，详细展示每个触点的不同体验质量，对体验感差的触点进行优化和改进，从而吸引用户，增加营收

了解更多 报告示例

**立即创建**

详细的解决方案: [立即咨询](#)

**客户旅程触点设置** 管理触点

停车 1. 车位是否充足 2. 您觉得停车费合理么 绑定题目

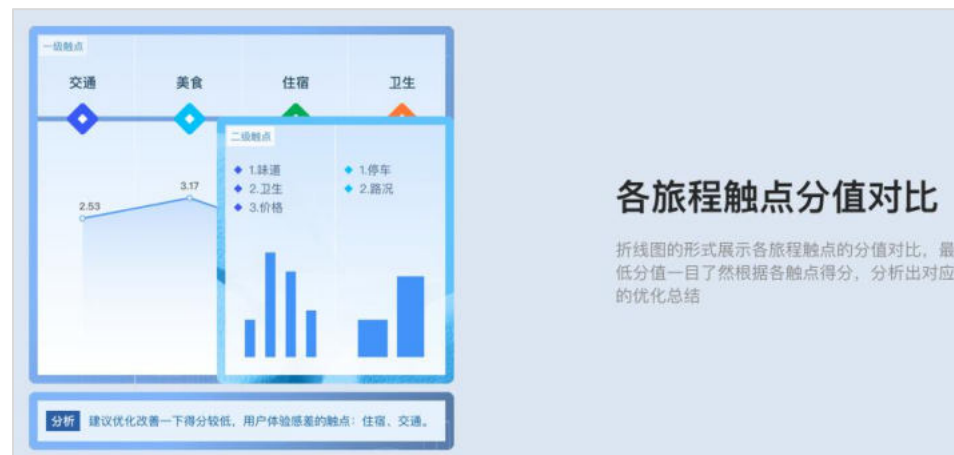
美食 4. 您对食物的口味满意么? 2. 您对食物的卫生条件满意么? 绑定题目  
2. 您觉得荤素搭配合理健康么?

住宿 2. 您觉得床是否舒适?

新建触点 美食 口味 2. 菜的口味满意么? 卫生 4. 卫生怎么样  
添加二级触点

开启二级 **去发放问卷**

## 结果分析



## 使用场景

在产品上市后，如果希望了解用户对于品牌的认知情况，可以使用**品牌漏斗**。该题型通过对受访者的行为进行递进式的提问，形成漏斗统计分析。可以用于了解本品牌与竞品的认知、消费、首选度、喜爱度等情况。

## 创建方式

针对一组品牌进行递进式提问，每道题目的选项引用前一题被选中项，形成品牌漏斗。[了解详情](#)

### 选择调研题目

请选择需要使用品牌调研题目。在编辑问卷时可以调整题目内容或手动添加题目，手动添加题目需引用前序题目选项。

- 当提到「饮料」时，您第一个想到的品牌是：[填空题]
- 请问您知道以下哪些品牌：[多选题]
- 请问您曾经使用过以下哪些品牌：[多选题]
- 请问在过去一年中您最常使用哪一个品牌：[单选题]

### 添加品牌选项

请设置品牌选项，需包含竞品及您的品牌，**每行填写一个**。

可乐  
雪碧  
果汁

\*1. 当提到「饮料」时，您第一个想到的品牌是：

\*2. 请问您知道以下哪些品牌： [多选题]

可乐  
 雪碧  
 果汁

\*3. 请问您曾经使用过以下哪些品牌： [多选题]  
此题选项来源于第2题的选中项

\*4. 请问在过去一年中您最常使用哪一个品牌：  
此题选项来源于第3题的选中项

\*5. 当您再次购买「饮料」时，以下几个品牌您愿意再次购买的意愿是多少  
此题行标题来源于第3题的选中项

分值	1	2	3	4
可乐	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
雪碧	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
果汁	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*1. 当提到「饮料」时，您第一个想到的品牌是：

\*2. 请问您知道以下哪些品牌： [多选题]

可乐  
 雪碧  
 果汁

\*3. 请问您曾经使用过以下哪些品牌： [多选题]

可乐  
 雪碧  
 果汁

\*4. 请问在过去一年中您最常使用哪一个品牌：

可乐  
 雪碧

\*5. 当您再次购买「饮料」时，以下几个品牌您愿意再次购买的意愿是多少

	这是我的首选品牌	这是我会认真考虑的品牌	这是我会考虑的品牌	我不会考虑这个品牌
可乐	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
雪碧	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*6. 以下购买过的品牌，您的喜爱度如何

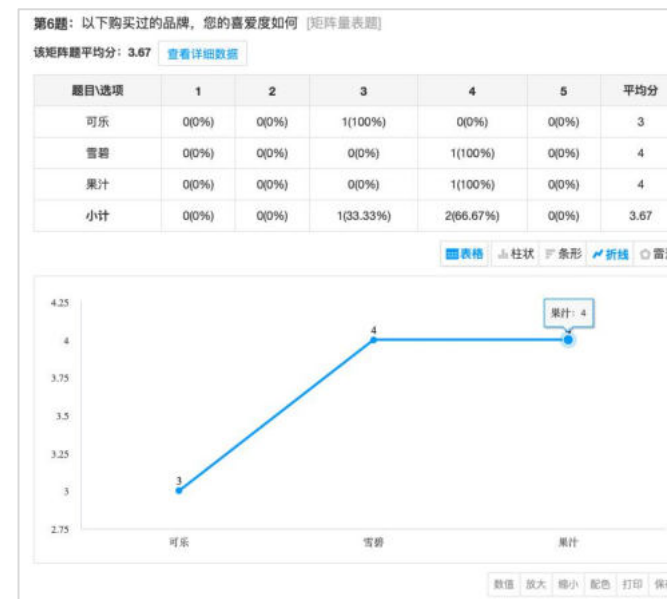
可乐	★	★	★	★	★
雪碧	★	★	★	★	★

\*7. 如果您朋友购买「饮料」时，以下几个品牌您有多大可能性向朋友推荐

可乐	★	★	★	★	★
雪碧	★	★	★	★	★

## 结果分析

APLA模型	重要指标	问卷题目
Awareness 【品牌认知度】	第一提及	当提到XX时，您第一个想到的品牌是[填空题]
	提示后认知	请问您知道以下哪些品牌[多选题]
Purchase 【用户行为】	曾经消费使用	请问您曾经使用过以下哪些品牌[多选题]
	最常使用	请问在过去一年中您最常使用哪一个品牌[单选题]
Loyalty 【品牌忠诚度】	首选度	当您再次购买XX时，以下几个品牌您愿意再次购买的意愿是[矩阵量表题]
	喜爱度	以下购买过的品牌，您的喜爱度如何[矩阵量表题]
	推荐度	如果您朋友购买XX时，以下几个品牌您有多大可能性向朋友推荐[矩阵量表题]
Attribute 【品牌感知度】	品牌形象	您觉得哪些描述适合形容以下品牌[矩阵多选题]





# 04

## 精选案例及结果运用



# 案例1：找到用户最关注的因素

\*1. 对于【商家版APP】而言，以下哪个因素对您来说最重要，哪个因素最不重要？  
请在每组中分别选出1项您认为【最重要】和【最不重要】的内容

最重要		最不重要
<input type="radio"/>	营销卡券快捷发放	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	了解周边场站定价	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	设置&更改电站基本信息	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	电桩故障推送及时	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	收益情况准确推送	<input type="radio"/>

1/6

若要针对多种因素的重要程度（该案例为14种因素）进行排序，可以通过Maxdiff让受访者在较少的选项（该案例为5种因素）中选择“最重要”和“最不重要”的因素。通过多轮选择后计算出属性排序（该案例为6次任务）。

第1题：对于【商家版APP】而言，以下哪个因素对您来说最重要，哪个因素最不重要？ [MaxDiff]

题目\选项	偏好份额	概率	P 值	最重要	最不重要	出现次数	分数
电站监控数据准确	17.74%	81.19%	0.00	14	0	29	0.48
场站运营数据维度全面	13.93%	77.21%	0.01	10	0	26	0.38
电桩故障推送及时	9.14%	68.97%	0.17	6	1	26	0.19
收益情况准确推送	9.14%	68.97%	0.17	7	2	26	0.19
运维进度及时掌握	6.71%	61.99%	0.78	5	4	25	0.04
及时准确联系到用户	6.19%	60.09%	1.00	5	5	26	0.00
营销卡券快捷发放	6.19%	60.09%	1.00	1	1	24	0.00
查看用户标签：新老客等	6.19%	60.09%	1.00	8	8	26	0.00
APP使用流畅不卡顿	5.73%	58.23%	0.78	4	5	26	-0.04
了解周边场站定价	5.31%	56.34%	0.58	3	5	26	-0.08
设置&更改电站基本信息	5.27%	56.19%	0.57	3	5	25	-0.08
了解平台最新商家政策	4.19%	50.49%	0.17	5	10	26	-0.19
查看管理用户评价	3.09%	42.95%	0.02	0	8	24	-0.33
浏览行业热点资讯	1.18%	22.29%	0.00	1	18	25	-0.68

有效答卷：12

表格 柱状 条形 折线 雷达

- 电站监控数据准确分数最高，说明该因素对受访者最有吸引力；
- 分数>0的属性，表示选择最重要的次数多于最不重要的次数，如电桩故障推送及时、收益情况准确推送等；
- 分数<0的属性，表示选择最不重要的次数多于最重要的次数，如浏览行业热点资讯、查看管理用户评价等。

## 案例2：找到用户最喜欢的风格



该方式适合线下调研，让受访者针对不同编号的外观（口味、材质、颜色等属性均可）进行对比，选择最喜欢和最不喜欢的。经过多轮反复对比，找到受访者的偏好排序。

第1题：如果您选择记账的记录方式，您会更偏好于以下哪种风格？ [MaxDiff]

题目\选项	偏好份额	概率	P 值	最喜欢	最不喜欢	出现次数	分数
风格5	52.96%	81.7%	0.00	20	5	25	0.60
风格4	20.46%	63.3%	0.11	17	11	28	0.21
风格2	13.24%	52.74%	1.00	15	15	30	0.00
风格1	11.03%	48.19%	0.55	10	12	22	-0.09
风格3	2.3%	16.26%	0.00	4	23	27	-0.70

有效答卷：11

表格 柱状 条形 折线 雷达

- 风格5分数最高，说明该风格对受访者最有吸引力；
- 分数>0的属性，表示选择最喜欢的次数多于最不喜欢的次数，如风格4；
- 分数<0的属性，表示选择最不喜欢的次数多于最喜欢的次数，如风格3和风格1等；
- 分数=0的属性，表示选择最喜欢的次数等于最不喜欢的次数，如风格2。

# 案例3：找到平台各功能的优先级

## \*1. “评价”功能（购买收货后的评价）

我很喜欢 理应如此 无所谓 勉强接受 我不喜欢

如果具备此功能您的态度是

如果不具备此功能您的态度是

## \*2. “圈子”功能（各个不同的圈子，分享日常/好物推荐）

我很喜欢 理应如此 无所谓 勉强接受 我不喜欢

如果具备此功能您的态度是

如果不具备此功能您的态度是

## \*3. “平台鉴定”功能（物品由平台鉴定真假）

我很喜欢 理应如此 无所谓 勉强接受 我不喜欢

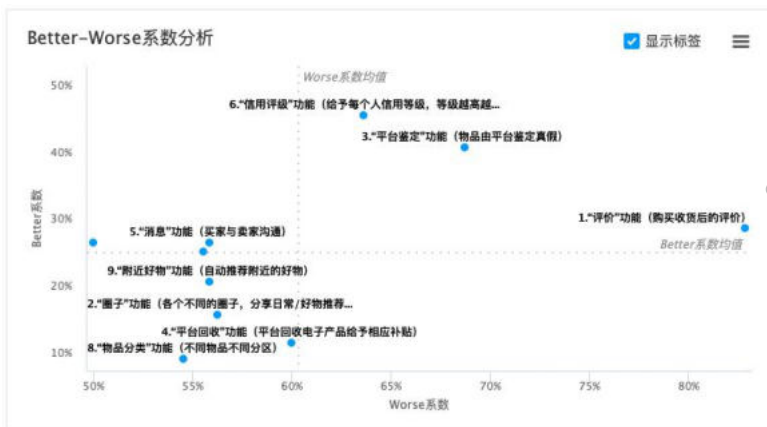
如果具备此功能您的态度是

如果不具备此功能您的态度是

# 案例3：找到平台各功能的优先级

功能	KANO属性	Better系数	Worse系数
6.“信用评级”功能（给予每个人信用等级，等级越高越...）	必备	45.45%	-63.64%
3.“平台鉴定”功能（物品由平台鉴定真假）	必备	40.63%	-68.75%
1.“评价”功能（购买收货后的评价）	必备	28.57%	-82.86%
5.“消息”功能（买家与卖家沟通）	必备	26.47%	-55.88%
9.“附近好物”功能（自动推荐附近的好物）	必备	20.59%	-55.88%
2.“圈子”功能（各个不同的圈子，分享日常/好物推荐...）	必备	15.63%	-56.25%
4.“平台回收”功能（平台回收电子产品给予相应补贴）	必备	11.43%	-60%
8.“物品分类”功能（不同物品不同分区）	必备	9.09%	-54.55%
10.“卖闲置”功能（出售自己的闲置物品）	无差异	26.47%	-50%
7.“关注”功能（关注喜欢的卖家/朋友）	无差异	25%	-55.56%

所有功能优先级排序表：  
 1. 按照必备、期望、魅力、无差异属性进行排序  
 2. 同一属性，按照Better系数进行排序



Better-Worse系数分析：  
 1. 展示每个功能的Better-Worse系数

1.“评价”功能（购买收货后的评价）						
KANO属性：	必备	Better系数：28.57%	Worse：-82.86%			
KANO属性名称	必备	期望	魅力	无差异	反向	可疑
KANO属性值	63.89%	16.67%	11.11%	5.56%	2.78%	0%
具备\不具备	我很喜欢	理应如此	无所谓	勉强接受	我不喜欢	
我很喜欢	0%	0%	0%	11.11%	16.67%	
理应如此	0%	0%	0%	5.56%	61.11%	
无所谓	0%	0%	0%	0%	0%	
勉强接受	2.78%	0%	0%	0%	2.78%	
我不喜欢	0%	0%	0%	0%	0%	

某个功能的Kano属性：  
 1. 各个属性中占比最高的一个

# 案例4：多个智能控制系统对比

\*1. 请问您刚体验了哪些智控品牌? 【多选题】

- 公牛智家
- 易来
- Aqara
- 智家365
- 米家

## 4. 【Aqara】产品可用性问卷

	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意
我会愿意经常使用Aqara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为Aqara过于复杂了	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为Aqara很容易使用	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我需要专业人员的帮助才能使用Aqara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得Aqara的多个功能整合的很好	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得Aqara有太多不连贯的地方	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得大多数人都能很快学会使用Aqara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得Aqara使用起来很麻烦	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
在使用Aqara的过程中, 我感觉很自信	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我需要学习很多东西, 才能学会使用Aqara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 6. 【米家】产品可用性问卷

	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意
我会愿意经常使用米家	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为米家过于复杂了	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我认为米家很容易使用	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我需要专业人员的帮助才能使用米家	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得米家的多个功能整合的很好	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
我觉得米家有太多不连贯的地方	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 第4题: 【Aqara】产品可用性问卷 [矩阵量表题]

Sus可用性得分: 70, 评级: C, 超过41%-59%的产品 [查看详细数据](#)

题目\选项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意	平均分
我会愿意经常使用Aqara	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	4
我认为Aqara过于复杂了	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
我认为Aqara很容易使用	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	3
我需要专业人员的帮助才能使用Aqara	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
我觉得Aqara的多个功能整合的很好	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	4
我觉得Aqara有太多不连贯的地方	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
我觉得大多数人都能很快学会使用Aqara	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	3
我觉得Aqara使用起来很麻烦	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
在使用Aqara的过程中, 我感觉很自信	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(100%)	0(0%)	4
我需要学习很多东西, 才能学会使用Aqara	0(0%)	1(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
小计	0(0%)	5(50%)	2(20%)	3(30%)	0(0%)	70

[表格](#) [柱状](#) [条形](#) [折线](#) [雷达](#)

## 第6题: 【米家】产品可用性问卷 [矩阵量表题]

Sus可用性得分: 76.25, 评级: B, 超过70%-79%的产品 [查看详细数据](#)

题目\选项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意	平均分
我会愿意经常使用米家	0(0%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(100%)	5
我认为米家过于复杂了	0(0%)	2(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
我认为米家很容易使用	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(100%)	0(0%)	4
我需要专业人员的帮助才能使用米家	0(0%)	2(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
我觉得米家的多个功能整合的很好	0(0%)	0(0%)	0(0%)	1(50%)	1(50%)	4.5
我觉得米家有太多不连贯的地方	0(0%)	0(0%)	2(100%)	0(0%)	0(0%)	3
我觉得大多数人都能很快学会使用米家	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(100%)	0(0%)	4
我觉得米家使用起来很麻烦	0(0%)	2(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
在使用米家的过程中, 我感觉很自信	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2(100%)	0(0%)	4
我需要学习很多东西, 才能学会使用米家	0(0%)	2(100%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	2
小计	0(0%)	8(40%)	2(10%)	7(35%)	3(15%)	76.25

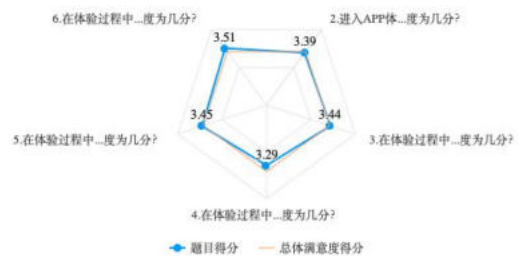
[表格](#) [柱状](#) [条形](#) [折线](#) [雷达](#)

对比不同的系统

# 案例5：用户各环节满意度情况

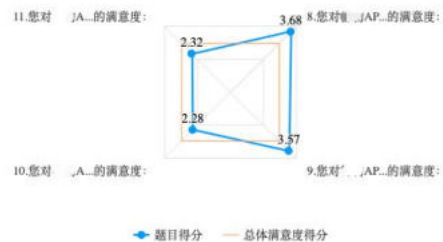
## 综合结果

题目	题目得分	总体满意度得分
2.进入APP体验10分钟后，对于所有话题的趣味性，你的满意度为几分？	3.39	3.42
3.在体验过程中，对于配图与话题内容的相关性，你的满意度为几分？	3.44	3.42
4.在体验过程中，对于系统推送的相关话题，你的满意度为几分？	3.29	3.42
5.在体验过程中，对于推送给你的话题表述清晰度，你的满意度为几分？	3.45	3.42
6.在体验过程中，关于话题发布功能及发布流程，你的满意度为几分？	3.51	3.42



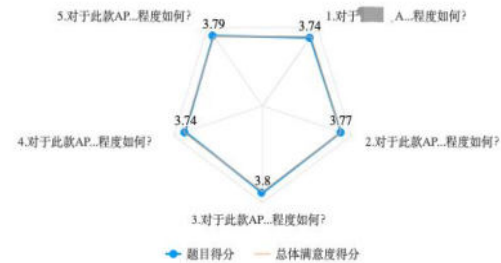
## 综合结果

题目	题目得分	总体满意度得分
8.您对 APP购物平台的产品质量的满意度：	3.68	2.96
9.您对 APP购物平台的产品价格的满意度：	3.57	2.96
10.您对 APP购物平台的客户服务的满意度：	2.28	2.96
11.您对 APP购物平台的物流服务的满意度：	2.32	2.96



## 综合结果

题目	题目得分	总体满意度得分
1.对于 APP, 请问您对下列四方面的满意程度如何？	3.74	3.77
2.对于此款APP的界面设计方面，请问您对下列指标的满意程度如何？	3.77	3.77
3.对于此款APP的内容资源方面，请问您对下列指标的满意程度如何？	3.80	3.77
4.对于此款APP的技术保障方面，请问您对下列指标的满意程度如何？	3.74	3.77
5.对于此款APP的用户体验方面，请问您对下列指标的满意程度如何？	3.79	3.77



# 案例6：平台知名度的漏斗分析

\*5.说到外卖平台，您首先想到哪一个？【填空】

\_\_\_\_\_

下一页

\*6.您知道下列哪些外卖平台？（请选出您知道的所有品牌）【多选】 【多选题】

饿了么

美团

其他，请注明

以上都不知道

下一页

每题一页  
避免干扰



### 外卖平台网上知名度调研问卷——漏斗分析

漏斗1

品牌/题目	6.您知道下列哪些外卖平台？ (请选出您知道的所有品牌) 【多选】		7.请问您使用过以下哪些外卖平台？ (请选出您消费过的所有品牌) 【多选】		8.您最常使用以下哪个外卖平台？ 【单选】	
	选择人数(占比)	整体转换率	选择人数(占比)	整体转换率	选择人数(占比)	整体转换率
饿了么	194(93.72%)	-	174(84.06%)	89.69%	52(25.12%)	26.8%
美团	205(99.03%)	-	200(96.62%)	97.56%	155(74.88%)	75.61%
其他，请注明	0(0%)	-	0(0%)	-	0(0%)	-
以上都不知道	0(0%)	-	0(0%)	-	0(0%)	-

品牌漏斗

# 案例7：搜索内容的漏斗分析

\*最近几个月，您关注过或购买过以下哪个消费类目的信息/商品？请选出对应类目：【多选题】

浏览过该类的相关信息、购买过该类目的商品，都符合要求

- 时尚类(例如男装/女装等)
- 奢侈品类(例如LV、GUCCI、Cartier、DIOR、Tiffany等)
- 母婴类(例如孕妇/幼儿生活用品等)
- 休闲食品类
- 美妆类
- 小家电类(厨电/房屋清洁电器等)
- 以上都没有

\*对哪些类目，您在消费前会在哪里上搜索相关内容作为参考？【多选题】

- 奢侈品类(例如LV、GUCCI、Cartier、DIOR、Tiffany等)
- 休闲食品类
- 美妆类

其中，您最常搜索的内容是？

- 奢侈品类(例如LV、GUCCI、Cartier、DIOR、Tiffany等)
- 休闲食品类

选项引用  
自动带入信息

## 搜索内容调研——漏斗分析

漏斗1

品牌/题目	最近几个月，您关注过或购买过以下哪个消费类目的信息/商品？请选出对应类目：		对哪些类目，您在消费前会在哪里上搜索相关内容作为参考？		其中，您最常搜索的内容是？	
	选择人数(占比)	整体转换率	选择人数(占比)	整体转换率	选择人数(占比)	整体转换率
时尚类(例如男装/女装等)	595(30.48%)	-	513(26.28%)	86.22%	248(28.47%)	41.68%
奢侈品类(例如LV、GUCCI、Cartier、DIOR、Tiffany等)	247(12.65%)	-	198(10.14%)	80.16%	61(7%)	24.7%
母婴类(例如孕妇/幼儿生活用品等)	130(6.66%)	-	112(5.74%)	86.15%	59(6.77%)	45.38%
休闲食品类	444(22.75%)	-	313(16.03%)	70.5%	86(9.87%)	19.37%
美妆类	625(32.02%)	-	584(29.92%)	93.44%	337(38.69%)	53.92%
小家电类(厨电/房屋清洁电器等)	259(13.27%)	-	215(11.01%)	83.01%	57(6.54%)	22.01%
以上都没有	1081(55.38%)	-	0(0%)	0%	0(0%)	0%

品牌漏斗说明

功能反馈

搜索漏斗



# 问卷星行业解决方案

WJX.CN



## 问卷调查

多样化图表、多种发送方式，帮助企业全面开展客户调研。



## 在线考试

题库出题、随机出题、自动排名、批量阅卷，帮助企业构建行业题库，提升整体员工素质。



## 360度评估

多级评估关系、多级权重、4种评估报告，帮助HR辨人、识人，构建企业人才梯队。



## 报名表单

信息收集、在线签到，团建组织、人员统计易用工具。



## 在线投票

投票次数设置、实时展示结果、多种素材上传，帮助团队民主决策。



## 在线测评

测评数据全面分析、测评结果自动输出，让员工更了解自己。



## 接龙问卷

预设名单，进度跟踪，提升企业内部信息收集效率。



## 客户体验管理

NPS调查、客户满意度调查，低分及时预警，提升体验，降低流失率。



## 市场调研管理

产品概念测试、产品对比测试，充分了解市场喜好，分析影响付费关键因素。

# 关于问卷星

WJX.CN

资深

16年专注调研

每年100%以上的增长率

问卷调研行业独角兽

专业

CSSC中国商业统计学会会员

CRMA中国信息协会市场研究会会员

信息安全等保三级认证


认可

2019 猎聘8亿元战略投资

120家+世界500强企业合作

300万+家企业深度合作

联系我们 Contact Us

 400-993-5858

 [www.wjx.cn](http://www.wjx.cn)



微信公众号



微信小程序

# 一站式调研工具

## 就用问卷星