

# 游戏行业 调研解决方案

# Contents

## 目录

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

# 01

## 当下游戏行业的环境



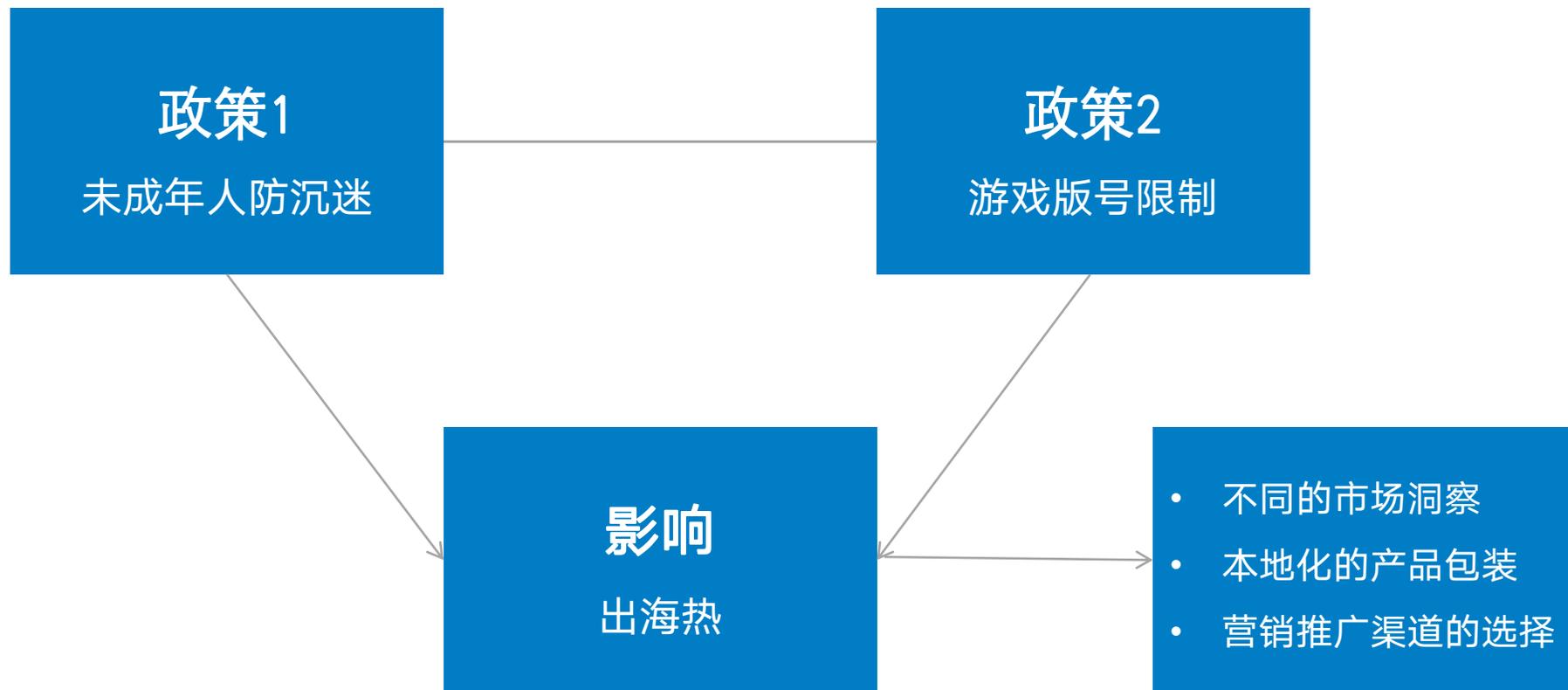
# 移动化引领主流

WJX.CN

- 2021年中国移动游戏市场规模约3078亿元，同比增长近10%。这个市场的蛋糕不仅大，而且预计仍在持续增长中；
- 移动游戏用户渗透率超70%，约7.3亿人。玩手游已经成为全民化的娱乐方式。但是游戏人口红利趋于饱和，用户规模变化不大。在存量用户中寻找增长空间对于游戏开发者非常关键，更需要聚焦于游戏用户的各种需求，不断推陈出新；
- 2021年移动游戏中，数量市场份额占比较大的类型有：角色扮演类、卡牌类和策略类游戏；收入市场份额占比较大的类型有：角色扮演类、多人在线战术竞技类和射击类游戏。

# 政策对于行业影响深远

WJX.CN



2019年-2021年，国内出海移动游戏市场在海外份额占比：  
从17%提升到21%

# 新技术带来更多想象空间

WJX.CN

元宇宙成市场热点  
驱动游戏产业变革

## 技术设备支持

### 底层技术：

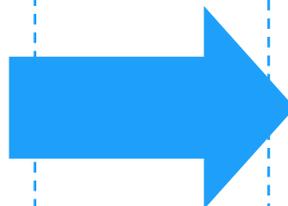
- 区块链
- NFT

### 后端基建：

- 云计算
- 物联网
- 数字孪生

### 前端设备：

- VR
- AR
- MR



## 游戏模式变革

### 内容变革：

- 增加用户创造、社交和更多的内容形态进入游戏中

### 商业变革：

- 游戏内虚拟数字活动、NFT、原生广告等新机会

### 社交变革：

- 虚拟身份、身临其境、随时随地、多元化等特征催生线上线下一体的新型社交关系

# 体验管理经济盛行

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

## 游戏行业所需的调研

# 游戏数字化调研

WJX.CN

## 深度洞察用户

通过多种数据和信息，对用户进行全方位的洞察，透彻地了解目标消费者的各方面信息

## 游戏 数字化 调研

## 产品功能迭代

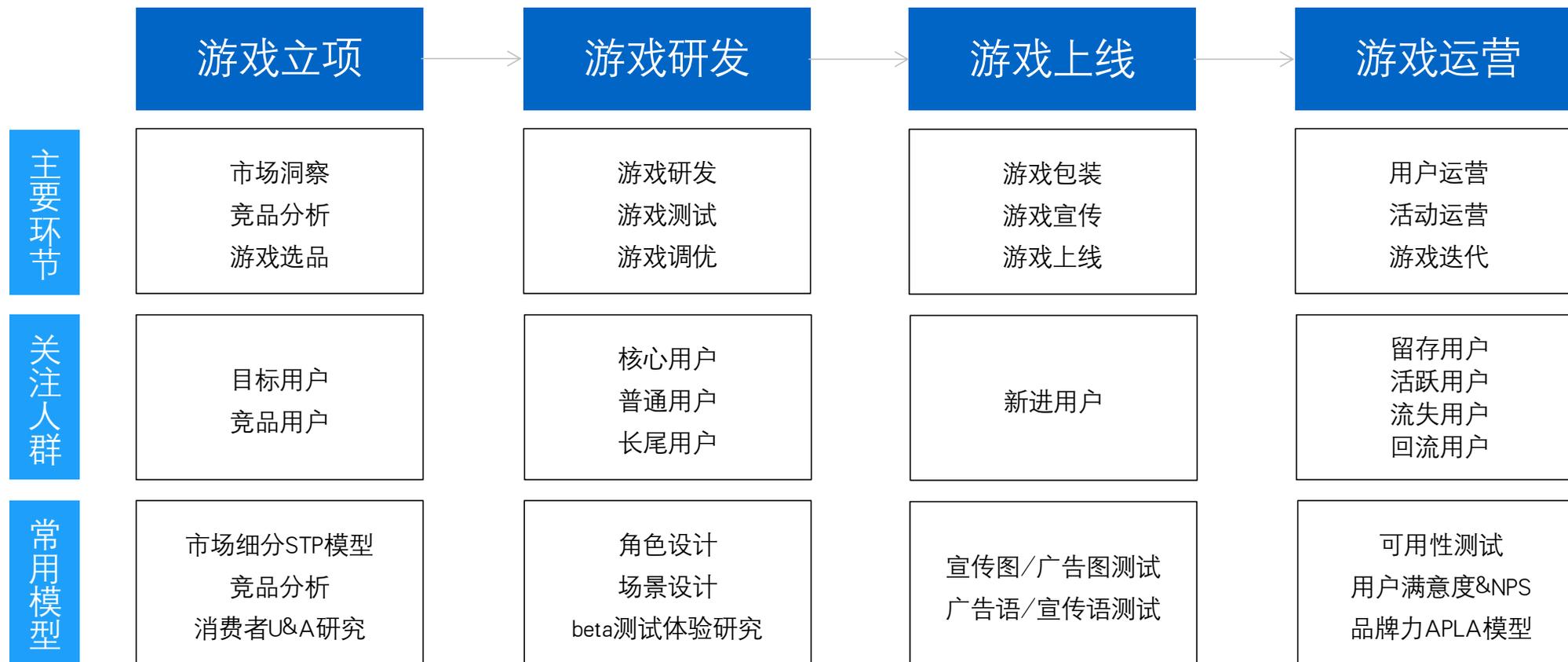
游戏开发者通过了解用户关注的功能，使用体验后的反馈，持续高效地进行功能迭代和优化

## 游戏心智建立

关注游戏与竞品的差异、了解用户触媒习惯、加强广告创意，不断提升游戏的市场地位和影响力

# 游戏开发链路

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

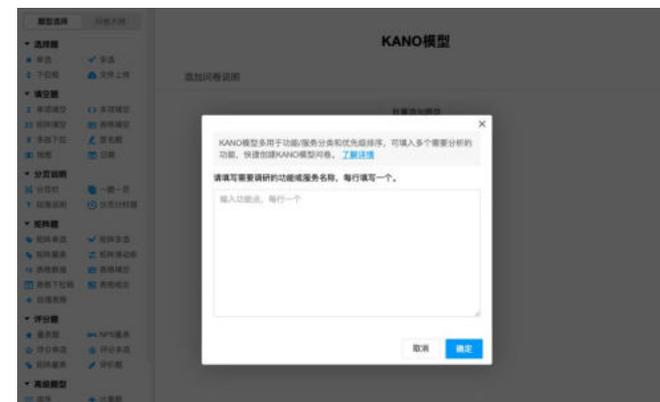
## 常规创建

——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



筛选条件

您的性别是? 女

查询 保存 筛选出 2 条/共 2 条 清空条件

填写记录

- 省份(根据IP自动获取)
- 城市(根据IP自动获取)
- 来源
- 来源详情(如链接地址, 邮件地址, 密码等)
- 提交答卷日期
- 填写所用时间
- IP地址
- 填写序号
- 完成凭证
- 用户ID
- 常用备注

| 星级 | 操作 | 序号 | 用户ID | 提交答卷时间             | 所用时间 | 来源 | 来源详情 | 来自IP(7) |
|----|----|----|------|--------------------|------|----|------|---------|
| ★  | 👁️ | 1  | 发布者  | 2022/7/20 10:30:55 | 65秒  | 链接 | 直接访问 | 湖南长沙    |
| ★  | 👁️ | 2  | 发布者  | 2022/7/22 16:35:45 | 59秒  | 链接 | 直接访问 | 湖南长沙    |

共 2 条 << 1/1 >> 每页显示 10 条记录 到第 页 确认 全屏

对外查询设置 客服: 小于2秒 大于10分钟 无缓存下载 导出CSV 下载用户名 授权链接



默认报告 分类统计 交叉分析 自定义查询 在线SPSS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APP]

我觉得【微信APP】的多个

我觉得【微信APP】有太多

我觉得大多数人能很快使APP]

我觉得【微信APP】使用

在使用【微信APP】的过程信

交叉分析 (数据计算说明)

我的交叉分析

自变量 X (一般为样本属性, 例如性别, 年龄等, 限2题)

因变量 Y (您要分析的目标题目, 限10题)

添加自变量 添加因变量

数据源 新建数据源

交叉分析 保存

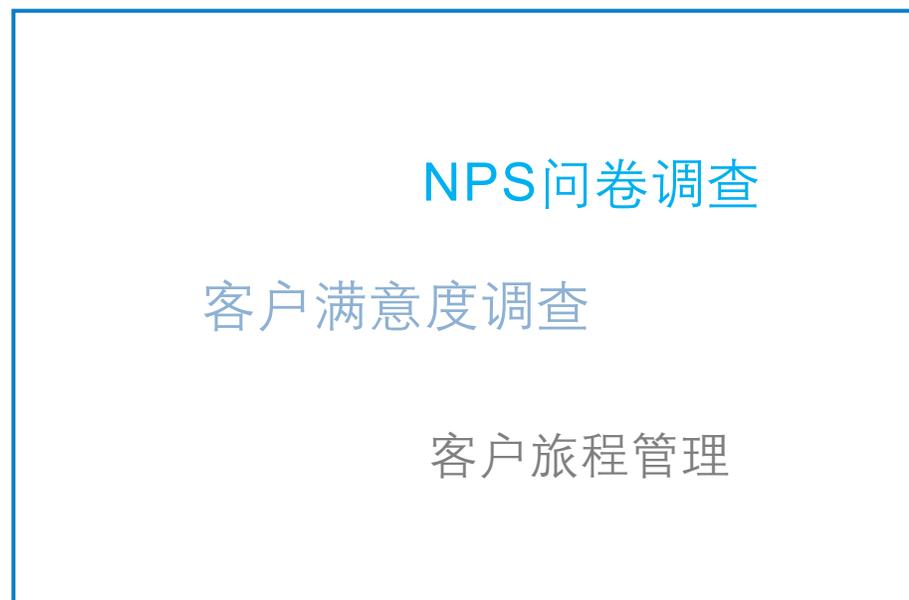


# 用户体验管理题型应用

WJX.CN

常用调研题型

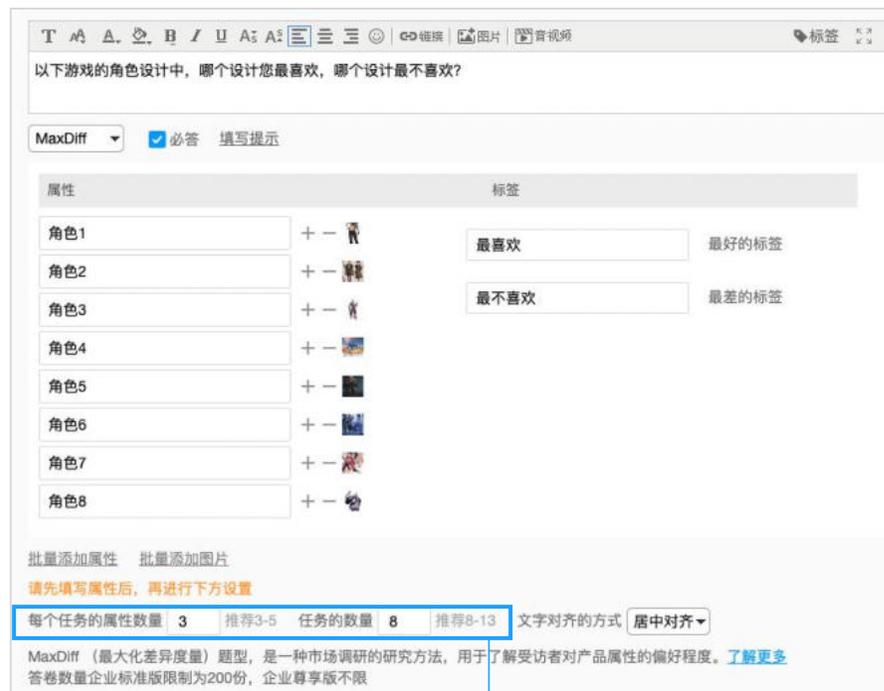
常用问卷模板



## 使用场景

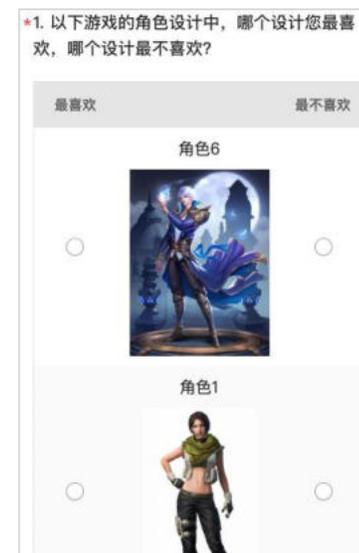
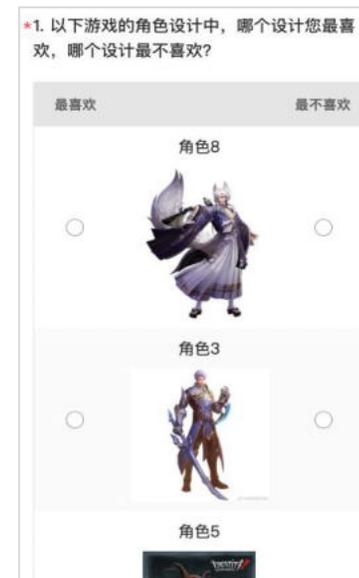
了解用户对于不同角色风格的偏好程度，可以使用 **Maxdiff模型**。该模型通过对比的方法进行偏好排序，从而理清受访者对每项事物的偏好程度。Maxdiff解决了传统打分结果差异较小、多项选择排序难等痛点。该模型常用于产品功能点偏好、广告语偏好、logo偏好、品牌偏好、卖点偏好等场景。

## 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8-13轮



## 结果分析

第1题：以下游戏的角色设计中，哪个设计您最喜欢，哪个设计最不喜欢？ [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    |
|--|--------|--------|------|-----|------|------|-------|
|  角色7  | 66.35% | 87.41% | 0.01 | 7   | 0    | 8    | 0.88  |
|  角色2  | 16.22% | 62.92% | 0.05 | 4   | 0    | 7    | 0.57  |
|  角色6  | 4.42%  | 31.64% | 1.00 | 2   | 2    | 7    | 0.00  |
|  角色8  | 4.42%  | 31.64% | 1.00 | 3   | 3    | 8    | 0.00  |
|  角色5  | 3.44%  | 26.47% | 0.62 | 2   | 3    | 8    | -0.13 |
|  角色1  | 2.46%  | 20.45% | 0.29 | 1   | 3    | 7    | -0.29 |
|  角色3  | 1.47%  | 13.37% | 0.06 | 1   | 5    | 8    | -0.50 |
|  角色4 | 1.21%  | 11.21% | 0.05 | 0   | 4    | 7    | -0.57 |

有效答卷：4

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喜欢的次数多于最不喜欢的次数；
- 负分意味着该属性被选为最不喜欢的次数比最喜欢的次数要多；
- 0分表示该属性被选为最喜欢和最不喜欢的次数相等或从未被选中。

注：分数 = (最喜欢标签的次数 - 最不喜欢标签的次数) / 属性出现的次数

## 使用场景

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。

音效反馈  
文字语音鼓励  
新手引导

取消 确定

功能+定义

五点态度  
量表

### \*1. 音效反馈

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：



### \*2. 文字语音鼓励

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：



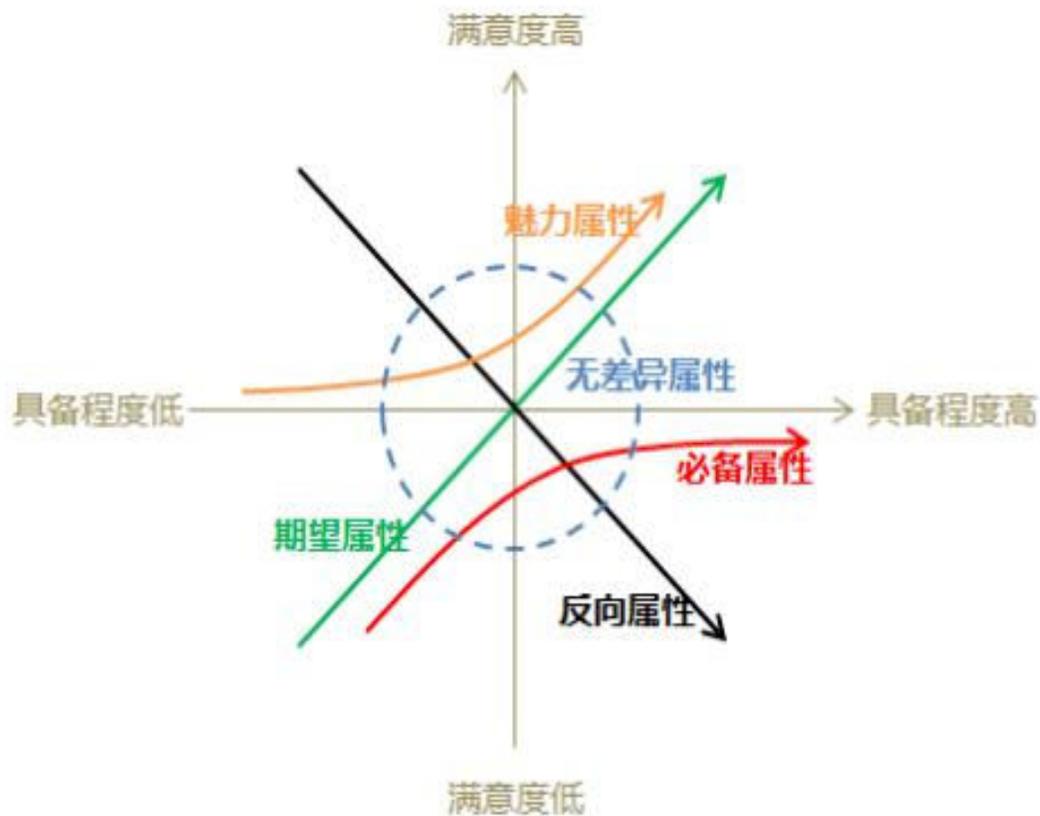
正向题

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

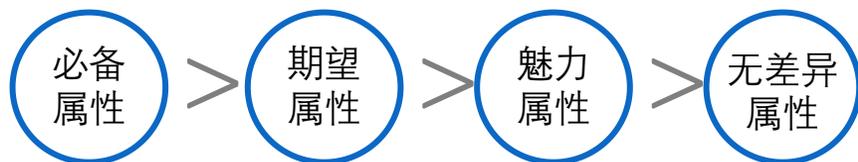
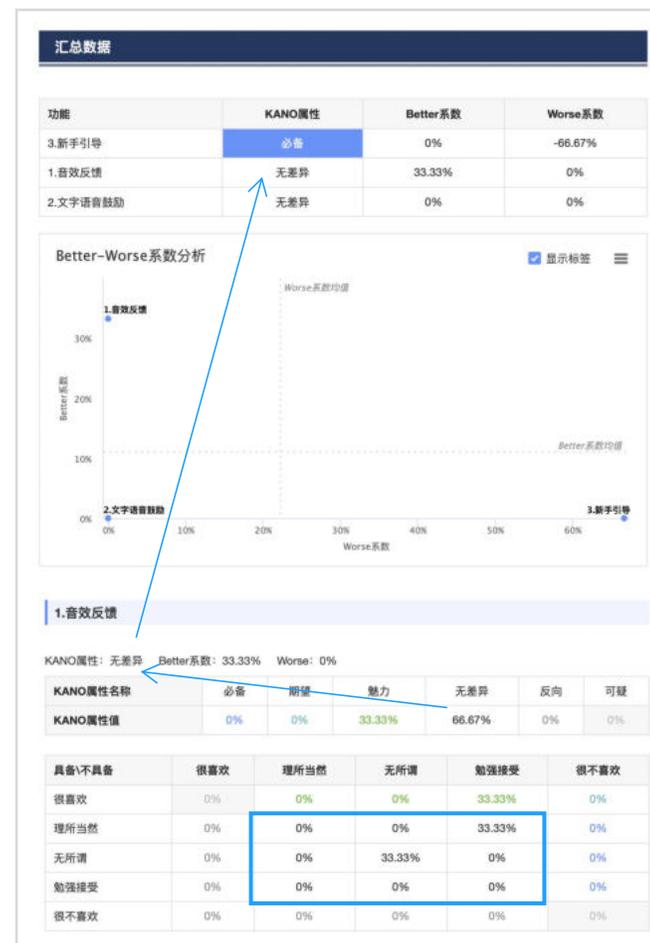
### 无差异属性（用户不会在意的需求）：

- 无论是否提供此类需求，用户满意度都不会改变

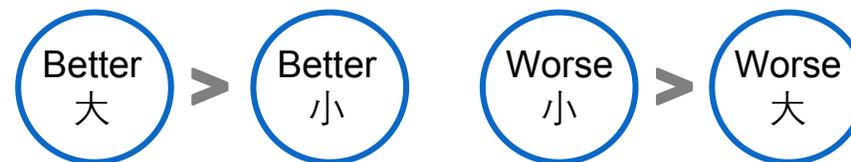
## 结果分析

| 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 | 期望因素 |
| 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**:  $\text{Better(满意影响力)} = (\text{期望} + \text{魅力}) / (\text{期望} + \text{魅力} + \text{必备} + \text{无差异}) \times 100\%$
- **Worse系数**:  $\text{Worse(不满意影响力)} = (\text{期望} + \text{必备}) / (\text{期望} + \text{魅力} + \text{必备} + \text{无差异}) \times 100\% \times (-1)$



需求优先级排序

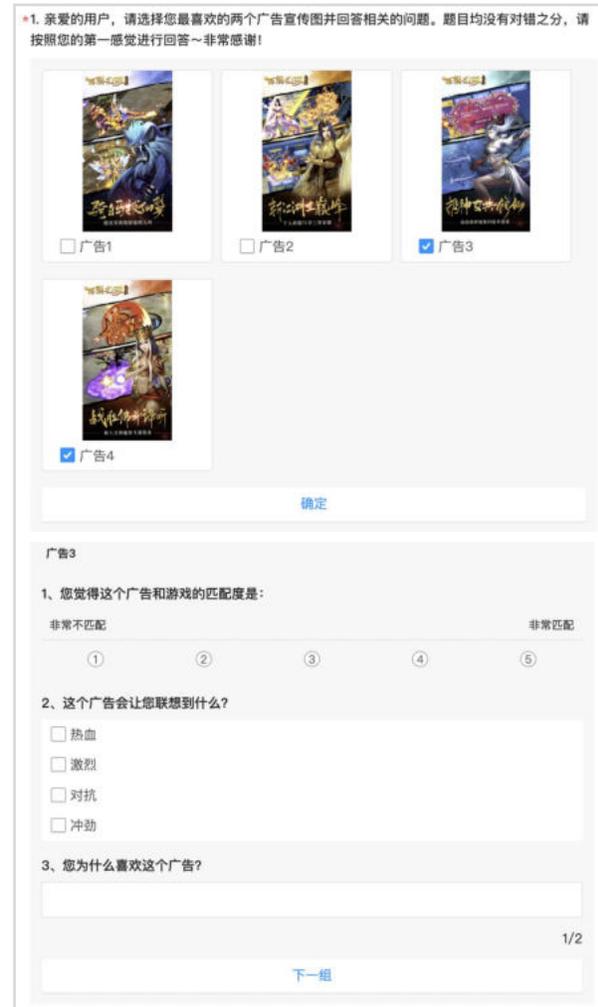


需求优先级排序

## 使用场景

在产品上市前，了解用户对于宣传图/广告图偏好情况，可以使用**循环评价**。该题型针对多个不同对象进行重复提问时，只需要进行一次问题编辑即可。可以根据需求让作答者进行一个或者多个对象作答。该题型常用的场景有多个产品概念测试、多个平面广告测试、多个角色设计测试等。

## 创建方式



## 结果分析



## 使用场景

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 | 最喜欢的标签  |
| 广告语2 |         |
| 广告语3 | 最不喜欢的标签 |
| 广告语4 |         |
| 广告语5 |         |
| 广告语6 |         |

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 | 最喜欢的标签  |
| 广告语2 |         |
| 广告语3 | 最不喜欢的标签 |
| 广告语4 |         |
| 广告语5 |         |
| 广告语6 |         |

批量添加属性 批量添加图片

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



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

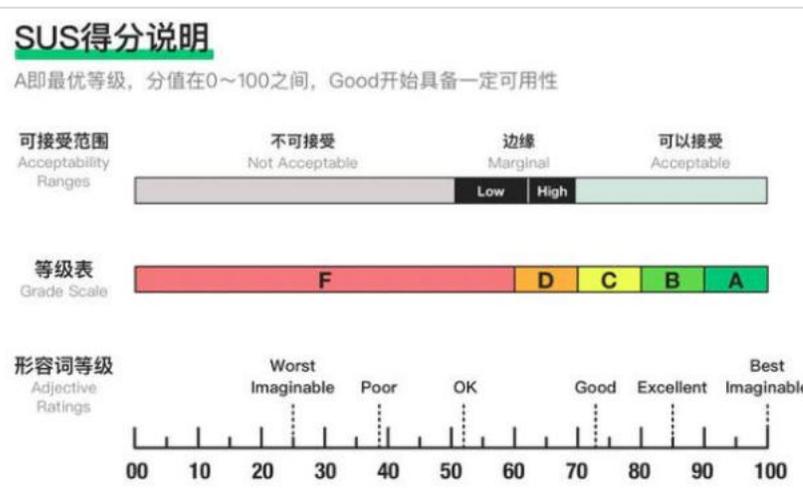
[表格](#) [柱状](#) [条形](#) [折线](#) [雷达](#)

### 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）：

1. 所有奇数编号题目得分减一后相加 / 奇数编号题之和 - 5
2. 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
3. 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

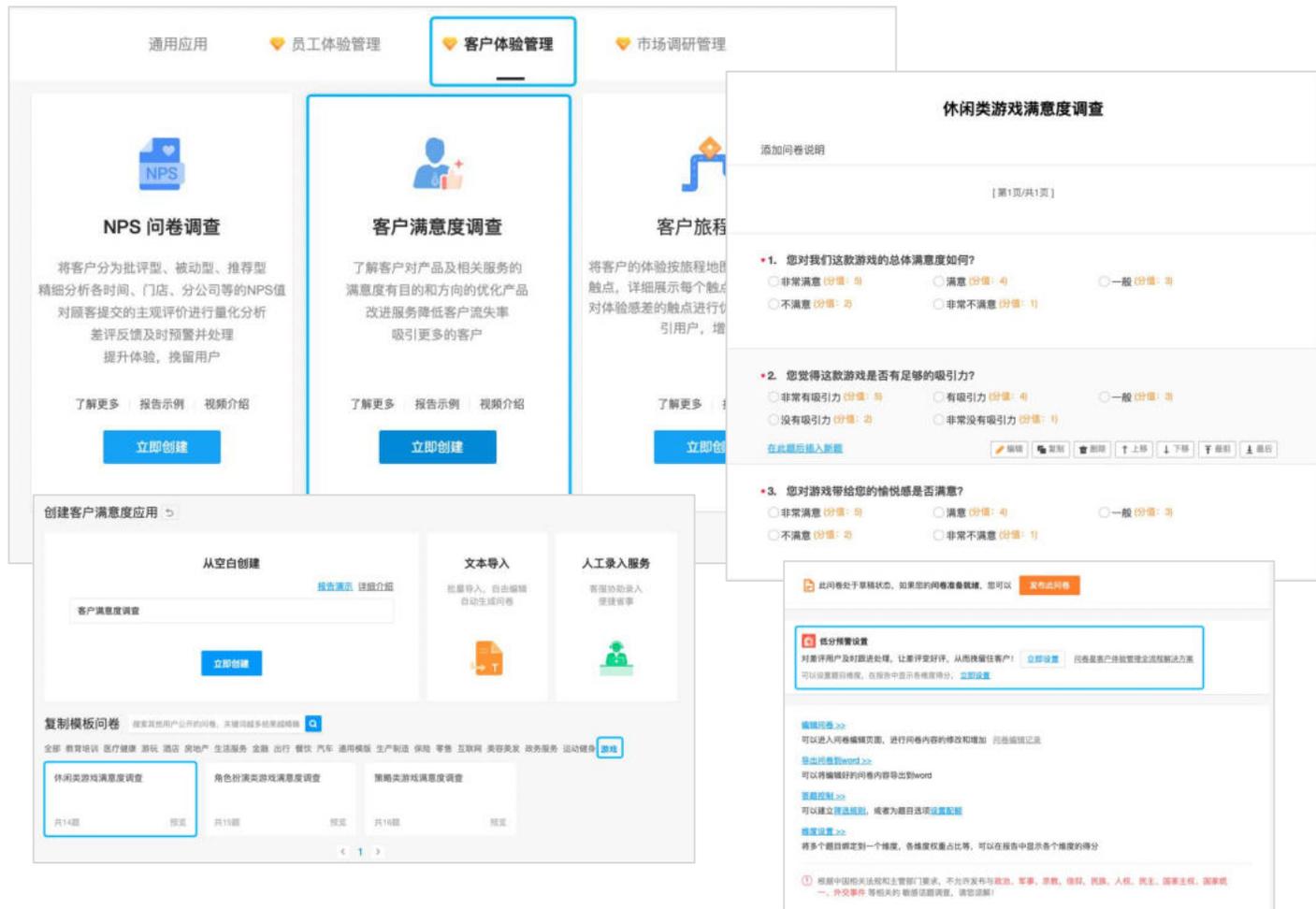
| SUS分数等级   | 评级 | 百分等级   |
|-----------|----|--------|
| 84.1-100  | A+ | 96-100 |
| 80.8-84   | A  | 90-95  |
| 78.9-80.7 | A- | 85-89  |
| 77.2-78.8 | B+ | 80-84  |
| 74.1-77.1 | B  | 70-79  |
| 72.6-74   | B- | 65-69  |
| 71.1-72.5 | C+ | 60-64  |
| 65-71     | C  | 41-59  |
| 62.7-64.9 | C- | 35-40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

了解用户对于各个环节的满意度和NPS情况，可以使用**客户满意度**。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



The screenshot displays the WJX.CN dashboard for creating surveys. It features a navigation bar with options like '通用应用', '员工体验管理', '客户体验管理', and '市场调研管理'. The main content area is divided into three columns: 'NPS 问卷调查', '客户满意度调查', and '客户旅程'. The '客户满意度调查' column is highlighted with a blue border. Below this, there are three options for creating a survey: '从空白创建', '文本导入', and '人工录入服务'. A '复制模板问卷' section is also visible, showing various survey templates. On the right, a preview of a '休闲类游戏满意度调查' is shown, including a title, a question, and a rating scale. At the bottom, there are settings for '低分预警设置' and a disclaimer.

## 结果分析



## 使用场景

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<br>【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<br>【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<br>【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<br>【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]               |



# 展示形式和推送方式

WJX.CN

## 定制化页面



## 系统集成

- **内部系统对接:** 免登录接口、各部门权限管理、各类调查问卷后台直接推送、问卷结果分享...
- **APP嵌入:** APP后台直接推送问卷、用户实时进行满意度反馈、APP上申请服务后推送问卷...
- **服务号/公众号对接:** 服务号后台直接推送问卷、公众号底部功能栏嵌入、公众号文中嵌入问卷...
- **短信平台对接:** 一个用户一个链接 (转发无效)、回收数据与手机用户匹配...

# 多语言展示和在线访谈

WJX.CN

## 多语言展示

**Dislyte Player Survey**

Note: The questionnaire involves a small number of personal information topics, such as gender, age, etc. If you do not want to disclose this information to us, you can refuse to fill out this questionnaire. All information you fill out is strictly confidential and is for research purposes only.

\*1. Which of these games have you played for over 3 months? (starting with the earliest) [Choose at most 3 items]

Fate/Grand Order (English)

MARVEL Strike Force

AFK Arena

Arknights

Raid: Shadow Legends

**パニリヤ1周年記念アンケート**

下記全てのアンケート内容につき、ゲーム公式が使用することを同意していただく必要があります。予めご了承ください。

\*1. 事前登録に参加しましたか?

はい

いいえ

\*2. クローズドβテスト(CBT)に参加しましたか?

はい

いいえ

\*3. ゲームをする時、一番印象に残ったの

**설문 조사 20/10**

\*대만 지역과 미카타가하라 전투 진행한다면 참가할 의향이 있습니까?

매우 참가하고 싶다

참가하고 싶다

관심없다

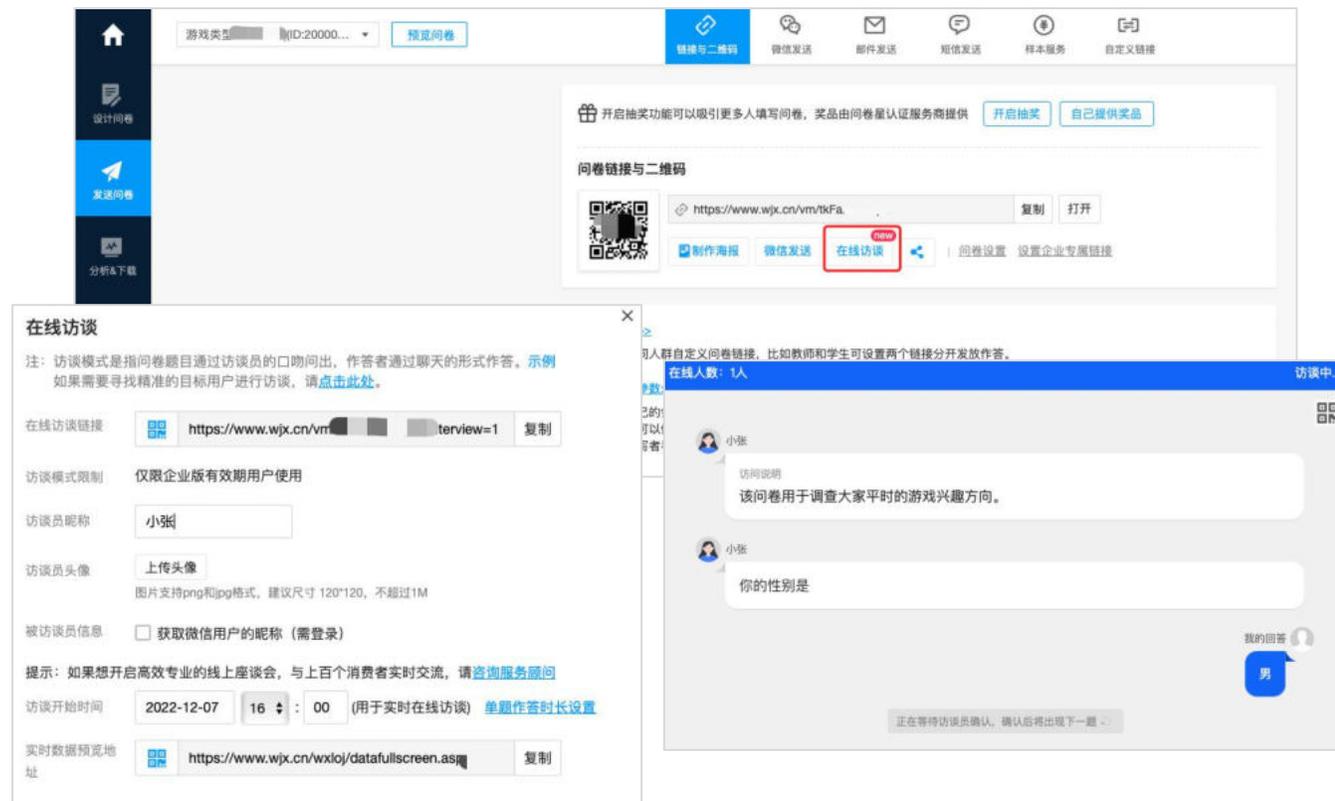
참가하고 싶지 않다

반대한다

\*획득하고 싶은 인게임 보상은 뭐니까?

\*참가하고 싶다면 어떤방식으로 진행하면 좋겠습니까?

## 在线访谈



The screenshot shows the WJX.CN online interview interface. At the top, there are navigation buttons for '设计问卷' (Design Questionnaire), '发送问卷' (Send Questionnaire), and '分析&下载' (Analyze & Download). The main area displays the '问卷链接与二维码' (Questionnaire Link and QR Code) section, with a QR code and a link: <https://www.wjx.cn/vm/1kFa>. Below this, there are buttons for '制作海报' (Create Poster), '微信发送' (Send via WeChat), and '在线访谈' (Online Interview). The '在线访谈' window is open, showing the '在线访谈' (Online Interview) settings. It includes a note: '注: 访谈模式是指问卷题目通过访谈员的口吻问出, 作答者通过聊天的形式作答. 示例: 如果需要寻找精准的目标用户进行访谈, 请点击此处.' (Note: Interview mode refers to asking questionnaire questions through the interviewer's tone, and respondents answer through chat. Example: If you need to find precise target users for an interview, please click here.) The interface also shows the '在线访谈链接' (Online Interview Link) as <https://www.wjx.cn/vm/1kFa?interview=1>, the '访谈模式限制' (Interview Mode Restriction) as '仅限企业版有效期用户使用' (Only for Enterprise Edition valid period users), the '访谈员昵称' (Interviewer Nickname) as '小张' (Xiao Zhang), and the '访谈员头像' (Interviewer Avatar) as '上传头像' (Upload Avatar). The '被访谈员信息' (Interviewee Information) section has a checkbox for '获取微信用户的昵称 (需登录)' (Get WeChat user's nickname (requires login)). The '提示' (Tip) section says: '提示: 如果想开启高效专业的线上座谈会, 与上百个消费者实时交流, 请咨询客服顾问' (Tip: If you want to start an efficient and professional online roundtable discussion, communicate in real-time with hundreds of consumers, please consult the customer service advisor). The '访谈开始时间' (Interview Start Time) is set to '2022-12-07 16:00' (for real-time online interview), and the '实时数据预览地址' (Real-time data preview address) is <https://www.wjx.cn/wxioj/datafullscreen.aspx>. On the right, there is a chat window titled '在线访谈' (Online Interview) with a status bar showing '在线人数: 1人' (Online users: 1 person). The chat window shows a message from '小张' (Xiao Zhang): '该问卷用于调查大家平时的游戏兴趣方向。' (This questionnaire is used to investigate everyone's usual game interest direction.) and another message: '你的性别是' (What is your gender?). There is a '我的回答' (My answer) button and a '男' (Male) selection.

模拟访谈形式进行调研，可覆盖更广范围、更多人群。受访者1V1聊天界面，不受主持人和意见领袖影响。同时还能实时预览数据



# 04

## 精选案例及结果运用

# 案例1：找到游戏各功能与用户满意度之间的关系

**\*3. 在一款吃鸡游戏中，通过策略思考如何搭配武器、装备、配件等，从而提升自己的战力**

|                 | 很喜欢                   | 理所当然                  | 无所谓                   | 勉强接受                  | 很不喜欢                  |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 如果有这一体验，您的评价是：  | <input type="radio"/> |
| 如果没有这一体验，您的评价是： | <input type="radio"/> |

4. 如果您不太喜欢策略思考以提升战力，原因是什么？（如果喜欢请跳过此题）

**\*5. 在一款吃鸡游戏中，通过战力属性（如攻击、防御、血量）的优势击败敌人**

|                 | 很喜欢                   | 理所当然                  | 无所谓                   | 勉强接受                  | 很不喜欢                  |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 如果有这一体验，您的评价是：  | <input type="radio"/> |
| 如果没有这一体验，您的评价是： | <input type="radio"/> |

6. 如果您不太喜欢通过战力优势击败敌人，原因是什么？（如果喜欢请跳过此题）

**\*7. 在一款吃鸡游戏中，各种随机事件带来的不确定性（如随机掉落装备、增益效果等）**

|                 | 很喜欢                   | 理所当然                  | 无所谓                   | 勉强接受                  | 很不喜欢                  |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 如果有这一体验，您的评价是：  | <input type="radio"/> |
| 如果没有这一体验，您的评价是： | <input type="radio"/> |

8. 如果您不太喜欢随机性事件，原因是什么？（如果喜欢请跳过此题）

**\*9. 在一款吃鸡游戏中，通过自己更强的技巧和操作能力击败敌人**

|                 | 很喜欢                   | 理所当然                  | 无所谓                   | 勉强接受                  | 很不喜欢                  |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 如果有这一体验，您的评价是：  | <input type="radio"/> |
| 如果没有这一体验，您的评价是： | <input type="radio"/> |

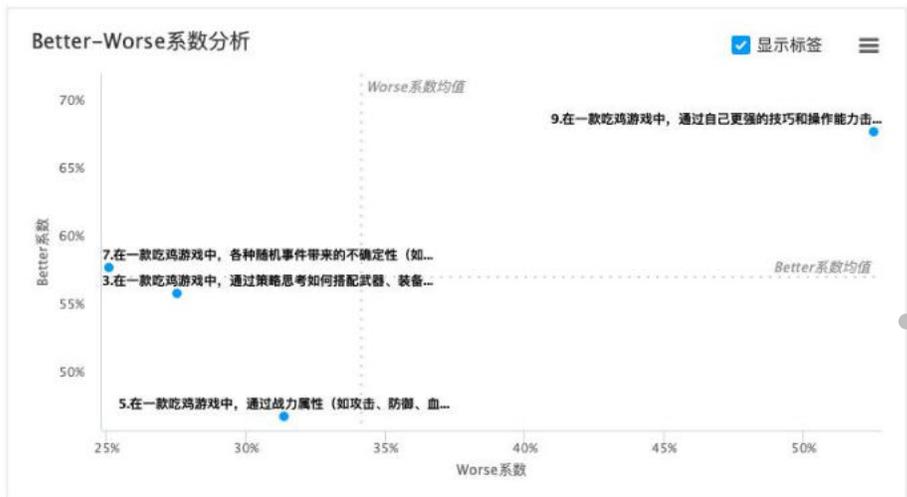
10. 如果您不太喜欢通过技巧和操作击败敌人，原因是什么？（如果喜欢请跳过此题）

# 案例1：找到游戏各功能与用户满意度之间的关系

| 功能                            | KANO属性 | Better系数 | Worse系数 |
|-------------------------------|--------|----------|---------|
| 9.在一款吃鸡游戏中，通过自己更强的技巧和操作能力击... | 期望     | 67.68%   | -52.53% |
| 7.在一款吃鸡游戏中，各种随机事件带来的不确定性（如... | 魅力     | 57.6%    | -25.09% |
| 3.在一款吃鸡游戏中，通过策略思考如何搭配武器、装备... | 魅力     | 55.78%   | -27.55% |
| 5.在一款吃鸡游戏中，通过战力属性（如攻击、防御、血... | 无差异    | 46.69%   | -31.36% |

## 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

3.在一款吃鸡游戏中，通过策略思考如何搭配武器、装备、配件等，从而提升自己的战力

KANO属性: **魅力** Better系数: 55.78% Worse: -27.55%

| KANO属性名称 | 必备    | 期望     | 魅力     | 无差异   | 反向    | 可疑    |
|----------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|
| KANO属性值  | 8.07% | 17.08% | 33.85% | 32.3% | 1.55% | 7.14% |

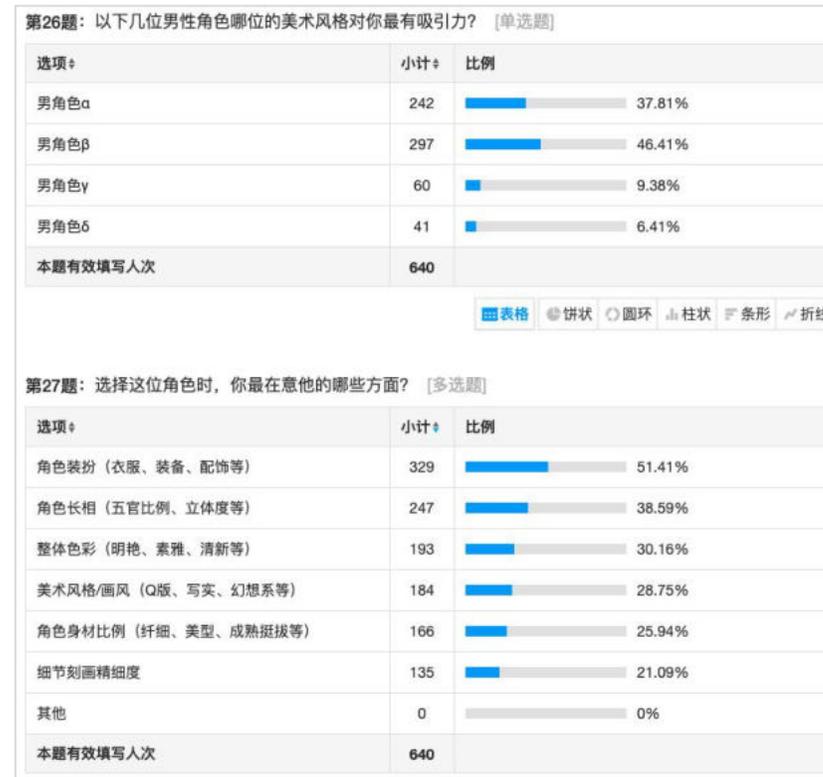
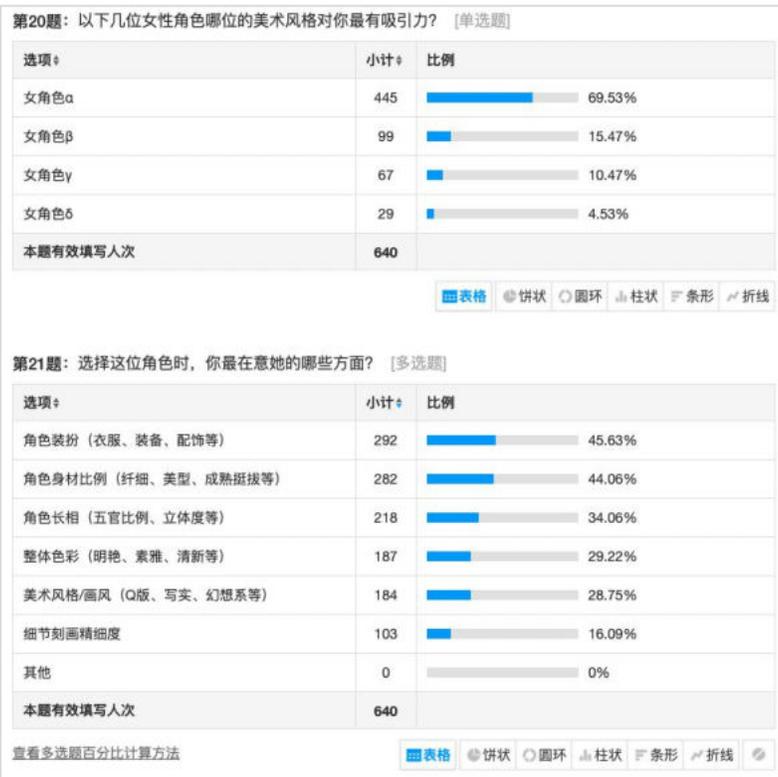
  

| 具备\不具备 | 很喜欢   | 理所当然  | 无所谓   | 勉强接受   | 很不喜欢   |
|--------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 很喜欢    | 6.21% | 1.55% | 9.63% | 22.67% | 17.08% |
| 理所当然   | 0.62% | 1.86% | 6.52% | 13.98% | 7.76%  |
| 无所谓    | 0.31% | 0.31% | 3.73% | 0.93%  | 0%     |
| 勉强接受   | 0%    | 0.31% | 3.73% | 0.93%  | 0.31%  |
| 很不喜欢   | 0%    | 0.31% | 0.31% | 0%     | 0.93%  |

## 某个功能的Kano属性：

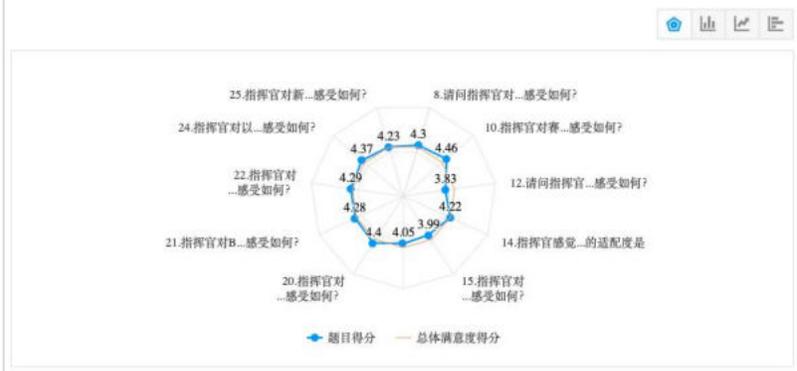
1. 各个属性中占比最高的一个

# 案例2：找到最有吸引力的角色设计



# 案例3：用户各环节满意度情况

| 题目  | 题目得分 | 总体满意度得分 |
|---|------|---------|
| 8.请问指挥官对邦比娜塔-琉璃感受如何?                                | 4.30 | 4.22    |
| 10.指挥官对赛琳娜·岚音的 新增独域技能 感受如何?                         | 4.46 | 4.22    |
| 12.请问指挥官对 活动玩法-独域特攻 的具体感受如何?                        | 3.83 | 4.22    |
| 14.指挥官感觉以下角色的 技能机制 (包括信号球/核心被动/大招), 在 独域特攻 玩法中的适配度是 | 4.22 | 4.22    |
| 15.指挥官对 活动玩法-轻舞霓裳 的感受如何?                            | 3.99 | 4.22    |
| 17.请问指挥官对 活动玩法-链合回路 的具体感受如何?                        | 4.05 | 4.22    |
| 20.指挥官对 浮点纪实-未语庭言的感受如何?                             | 4.40 | 4.22    |
| 21.指挥官对BOSS战-特异性机械体·马德拉的感受如何?                       | 4.28 | 4.22    |
| 22.指挥官对 节日·游月香信 (中秋活动剧情) 的感受如何?                     | 4.29 | 4.22    |
| 24.指挥官对以下涂装和外观的整体感受如何?                              | 4.37 | 4.22    |
| 25.指挥官对新涂装 尼刻US1000 (罗塞塔·凛冽) 的具体感受如何?               | 4.23 | 4.22    |



| 题目   | 题目得分 | 总体满意度得分 |
|--|------|---------|
| 8.第二部分 问卷调查 VR游戏的视觉效果对用户的心流发生有积极作用。            | 3.85 | 3.88    |
| 9.VR游戏的美术风格对用户心流体验的满意度有积极作用。                   | 3.98 | 3.88    |
| 10.VR游戏的第一人称视角模拟对用户心流发生有积极作用。                  | 3.93 | 3.88    |
| 11.VR游戏中第三人称视角游戏对用户心流发生有积极作用。                  | 3.07 | 3.88    |
| 12.VR游戏中游戏角色动作的丰富性对用户游戏兴趣的提升有帮助作用。             | 3.97 | 3.88    |
| 13.VR游戏中叙事节奏的流畅性对用户心流发生有帮助作用。                  | 3.95 | 3.88    |
| 14.VR游戏的音乐氛围营造对用户视听体验有帮助作用。                    | 4.1  | 3.88    |
| 15.VR游戏的音效和声优配音的品质效果对用户心流发生有帮助作用。              | 4    | 3.88    |
| 16.您认为用户体验VR游戏时, 头盔重量会影响用户心流发生。                | 3.86 | 3.88    |
| 17.目前的VR游戏操作便捷性良好, 对用户心流发生有帮助作用。               | 3.98 | 3.88    |
| 18.VR游戏的虚拟场景表现形式可以帮助用户发生身临其境的真实感。              | 4.13 | 3.88    |
| 19.VR游戏中的交互操作设计可以营造真实感体验有帮助作用。                 | 4.06 | 3.88    |
| 20.VR游戏模拟书法、体育竞技运动的操作准确性, 对用户心流发生有帮助作用。        | 4.06 | 3.88    |
| 21.VR游戏第一人称射击(FPS)类型的射击或击打目标物的准确性对用户心流发生有帮助作用。 | 3.98 | 3.88    |
| 22.VR游戏中用户使用手柄操作的实时震动反馈对用户心流发生有帮助作用。           | 4.03 | 3.88    |

# 案例4：各类型游戏的游玩漏斗分析

\*您以往都玩过哪些类型的游戏？【多选题】

- 模拟经营（如：奥比岛、动物森友会、摩尔庄园、江南百景图、小森生活等）
- 休闲竞技（如：蛋仔派对、荒野乱斗、糖豆人等）
- 派对游戏（如：胡闹厨房、马里奥派对、狼人杀、双人成行等）
- 女性向游戏（如：闪耀暖暖、恋与制作人、光与夜之恋等）
- 消除游戏（如：开心消消乐、天天爱消除、梦幻家园、梦幻花园等）
- 二次元游戏（如：原神、明日方舟、崩坏3、Fate GO、阴阳师等）
- 卡牌游戏（如：剑与远征、三国志幻想大陆、哈利波特、皇室战争等）
- MMO游戏（如：魔兽世界、天涯明月刀、完美世界、梦幻西游等）
- MOBA游戏（如：DOTA2、英雄联盟、王者荣耀等）
- SLG-策略游戏（如：率土之滨、三国志战略版、部落冲突、万国觉醒等）
- 大逃杀游戏（如：和平精英、永劫无间、PUBG等）
- 第一人称射击游戏（如：CS: GO、穿越火线、使命召唤等）
- 动作游戏（如：DNF、时空猎人、艾尔登法环等）
- 竞速游戏（如：极品飞车、跑跑卡丁车、QQ飞车）
- 音舞游戏（如：太鼓达人、qq炫舞、deemo）
- 其他：请列举

\*最近半年，您都玩过以下哪些类型的游戏？【多选题】

- 消除游戏（如：开心消消乐、天天爱消除、梦幻家园、梦幻花园等）
- 卡牌游戏（如：剑与远征、三国志幻想大陆、哈利波特、皇室战争等）

选项引用  
自动带入信息

### 游戏尖叫度测试-招募问卷——漏斗分析

漏斗1

| 品牌/题目                              | 您以往都玩过哪些类型的游戏？ |       | 最近半年，您都玩过以下哪些类型的游戏？ |        | 最近半年，您最常玩的游戏类型是？ |        |
|------------------------------------|----------------|-------|---------------------|--------|------------------|--------|
|                                    | 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  |
| 模拟经营（如：奥比岛、动物森友会、摩尔庄园、江南百景图、小森生活等） | 109(68.99%)    | -     | 64(40.51%)          | 58.72% | 18(11.39%)       | 16.51% |
| 休闲竞技（如：蛋仔派对、荒野乱斗、糖豆人等）             | 66(41.77%)     | -     | 41(25.95%)          | 62.12% | 3(1.9%)          | 4.55%  |
| 派对游戏（如：胡闹厨房、马里奥派对、狼人杀、双人成行等）       | 86(54.43%)     | -     | 52(32.91%)          | 60.47% | 9(5.7%)          | 10.47% |
| 女性向游戏（如：闪耀暖暖、恋与制作人、光与夜之恋等）         | 43(27.22%)     | -     | 23(14.56%)          | 53.49% | 5(3.16%)         | 11.63% |

品牌漏斗

# 案例5：用户定制化页面展示

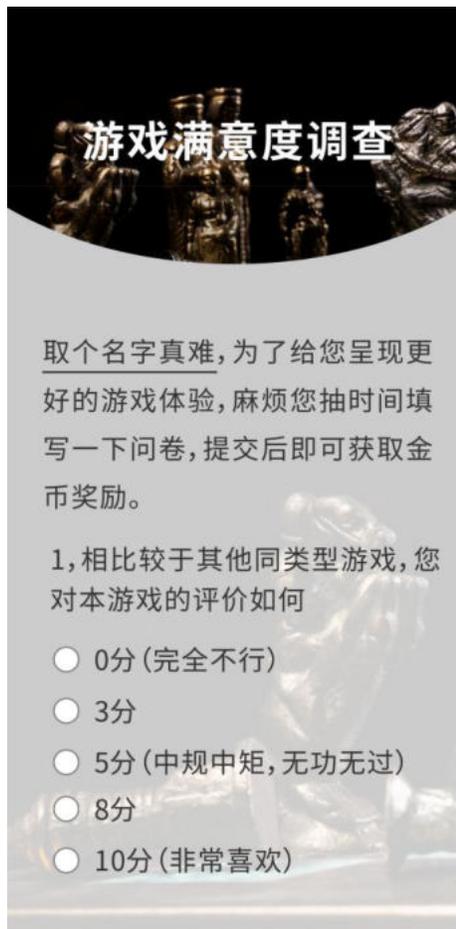


PC端定制化页面

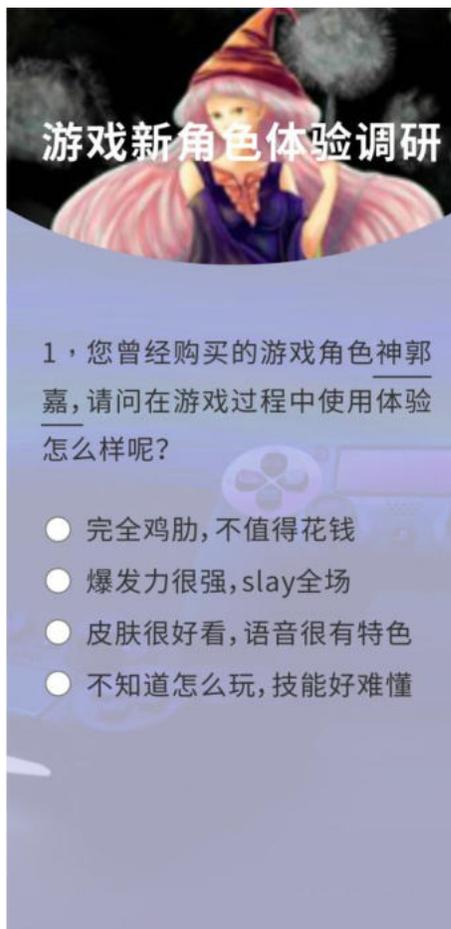


移动端定制化页面

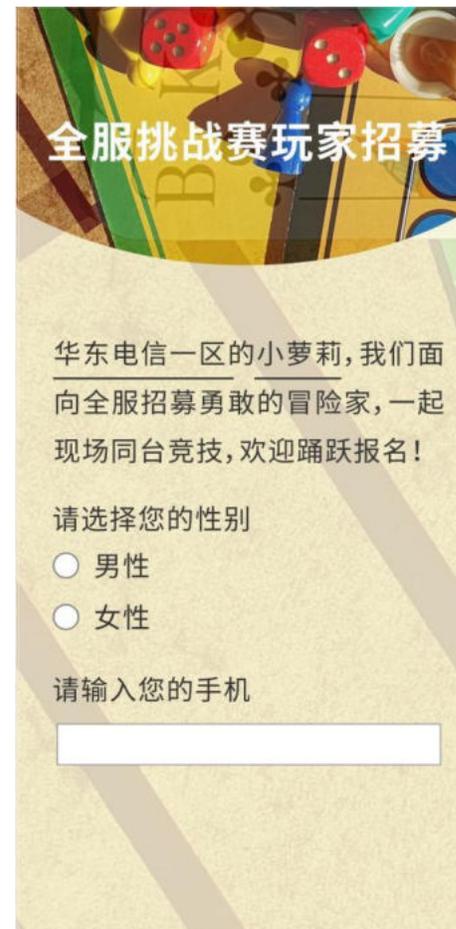
# 案例6：带入玩家信息进入问卷



在[问卷说明](#)中传递参数



在[问卷题目](#)中传递参数



支持同时传递[多个参数](#)



# 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