

艾瑞用户画像解决方案

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

用户画像的目的

1

艾瑞用户画像方法论

2

艾瑞用户画像案例

3

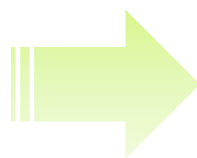
用户画像在海量数据时代愈来愈重要

用户画像是海量数据的标签化，帮助企业更精准解决问题

海量数据

用户标签

解决问题



他们是谁？

他们的需求？

他们的行为？



我们的用户价值大小？

如何进行产品定位？

如何优化用户体验？

如何进行精准投放？

用户画像贯穿品牌、产品、营销全过程

通过构建人物模型更清晰指导企业策略



品牌

Who:建立品牌定位与核心人群的亲密度.

产品

Who + Why : 抛开个人喜好, 聚焦用户动机和行为.

营销

Who + Where + When : 构建人群、渠道、场景的精准营销, 优化媒介组合.

用户画像的定义

Alan Cooper（交互设计之父）最早提出了 persona 的概念：“Personas are a concrete representation of target users.” Persona 是真实用户的**虚拟代表**,是建立在一系列真实数据 (Marketing data, Usability data)之上的**目标用户**模型。

用户画像可根据用户的目标、行为和观点的差异,将他们区分为不同的类型,然后每种类型中抽取典型特征,赋予名字、照片、一些人口统计学要素、场景等描述,形成了一个人物原型 (personas)。



班纳博士

全世界最聪明的人之一，
天才核物理学家，为人
内敛、冷静，有点孤僻



绿巨人

由班纳博士变成的绿巨人，时
而能控制自己的情绪，时而不
分敌我，力大无穷，横冲直撞，
力量能够随着愤怒而增强



美国队长，罗杰斯

为人正直，充满正义感，为人冷
静、比较古板，有统领全局的超
强指挥能力，拥有振金制作的超
强盾牌和高超的格斗能力

用户画像的目的

1

艾瑞用户画像方法论

2

艾瑞用户画像案例

3

用户画像解决方案一览



头脑风暴是影响最终结果的关键

用户矩阵+关联规则，尽可能多的获取用户关键词

		外洗驱动	使用e袋洗驱动	满意的点	不满意的点
年龄	90后				
	80后				
	70后				
品类	衬衣				
	鞋子				
	羽绒服				
行业	金融				
	学生				

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21544

