

# 不同场景下的问卷题目设计模板与使用指南

使用场景4：发布新产品或功能

## 建立产品路线图

### ➤ 问卷内容：

1. 您觉得[产品]接下来应该提供什么样的功能？

➤ **目标人群：** 投放给产品的深度用户（注册时间超过30天的用户），以获得有启发性的反馈。

➤ **适用场景：** 计划新品迭代、发现新需求和机会点，以及确定需求的优先级。

➤ **价值优势：** 了解用户对产品的需求和期待，如增添或升级哪些功能，推动产品后续的用户留存。

## 测量用户体验

### ➤ 问卷内容：

1. 您觉得使用[产品或功能]是否容易？
2. 使用过程中，您认为[产品或功能]的稳定性如何？

➤ **目标人群：**新功能上线后，投放给使用过新功能的用户；如收集产品使用反馈，投放给深度用户。

➤ **适用场景：**获取用户对新功能的初体验；或收集用户对产品的整体体验，并找到优化空间。

➤ **价值优势：**了解产品或功能的费力度、了解产品或功能的可用性与可靠性，以及产品的优化方法。

## 找到产品与市场的匹配点（PMF）

### ➤ 问卷内容：

1. 如果您不能再使用[产品]，您会有多失望？
2. 什么功能或特征会让[产品]对您来说更有价值？

➤ **目标人群：** 投放给产品的深度用户（注册时间超过30天或使用过5个以上核心功能的用户）。

➤ **适用场景：** 感知PMF，找到产品与市场的匹配点，判断产品是否符合市场需求。

➤ **价值优势：** 追踪产品发展路径，提炼产品价值点，从而更好地满足用户需求、定义目标用户群体。

## 测量问题解决适配性

### ➤ 问卷内容：

1. [产品]在多大程度上解决了您在[方面]的问题？
2. [产品]如何变才能更好地解决您在[方面]的问题？

➤ **目标人群：**新产品或新功能上线3-6周后，投放给使用过该产品或功能的用户。

➤ **适用场景：**优化产品的定价策略，评估产品与一个成熟产品之间的距离。

➤ **价值优势：**帮助了解产品在多大程度上解决了用户问题，以及如何更好地满足用户需求。

## 确定功能开发优先级

### ➤ 问卷内容：

1. 您认为哪些功能对您来说是最有价值的？

➤ **目标人群：** 投放给产品的深度用户（注册时间超过30天或使用过5个以上核心功能的用户）。

➤ **适用场景：** 了解用户需求，确定产品待开发功能的优先级，有助于产品路线图规划。

➤ **价值优势：** 了解哪些功能在客户心中是最有价值的，从而更好地规划产品路线图。



## 测试产品概念

### ➤ 问卷内容：

1. 您认为这个功能有多大的价值？

➤ 目标人群：投放给目标用户，比如已经完成注册的用户。

➤ 适用场景：在投入开发之前，完善产品概念和策略，确保新产品的成功。

➤ 价值优势：了解产品是否帮助用户轻松地达成了目标，以及让产品更易用的方法。

谢谢