

# 脱敏方法作品集

## 经典 MMO 新服发行期用户研究

目标：展示研究设计、玩家分层、行为动机与新手体验诊断能力

深度访谈

玩家分层

旅程诊断

产品转译

### 保密处理

本文件不包含真实游戏名、真实数据、内部截图、玩家原话、未公开排期或商业决策。

# 01 研究设计

从业务问题到研究路径

## 业务问题

新服吸引了谁？玩家为什么进入、留下或流失？哪些体验断点会影响早期留存？

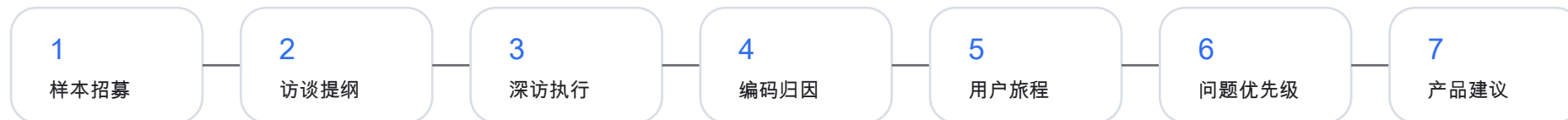
## 研究对象

早期流失老玩家、纯新玩家、双服玩家、受内容/KOL 影响进入的新玩家。

## 交付目标

将玩家语言转译为活动节奏、内容设计、新手引导与测试关注点。

## 方法链路



面试讲法：我不是只做访谈记录，而是把样本结构、行为动机和体验断点连起来，形成能被产品使用的判断。

## 02 玩家分层与行为动机

用人群差异解释新服体验

### 早期流失回归

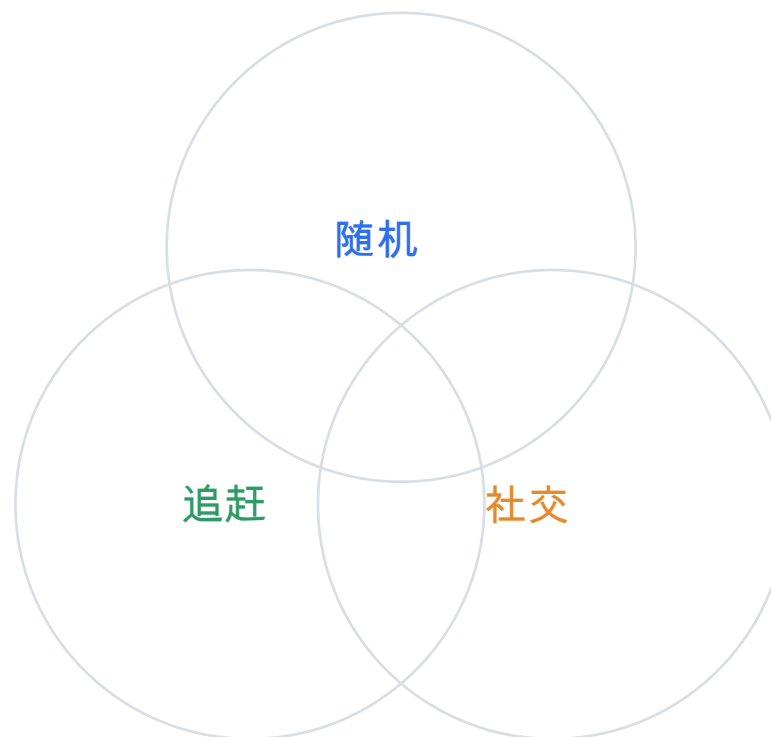
被低门槛、怀旧感、重新追赶吸引；需要重新建立熟悉感。

### 纯新玩家

被朋友、内容传播或题材吸引；最大风险是信息断层。

### 双服/消费玩家

在效率、投入回报、社交关系和内容新鲜感之间权衡。

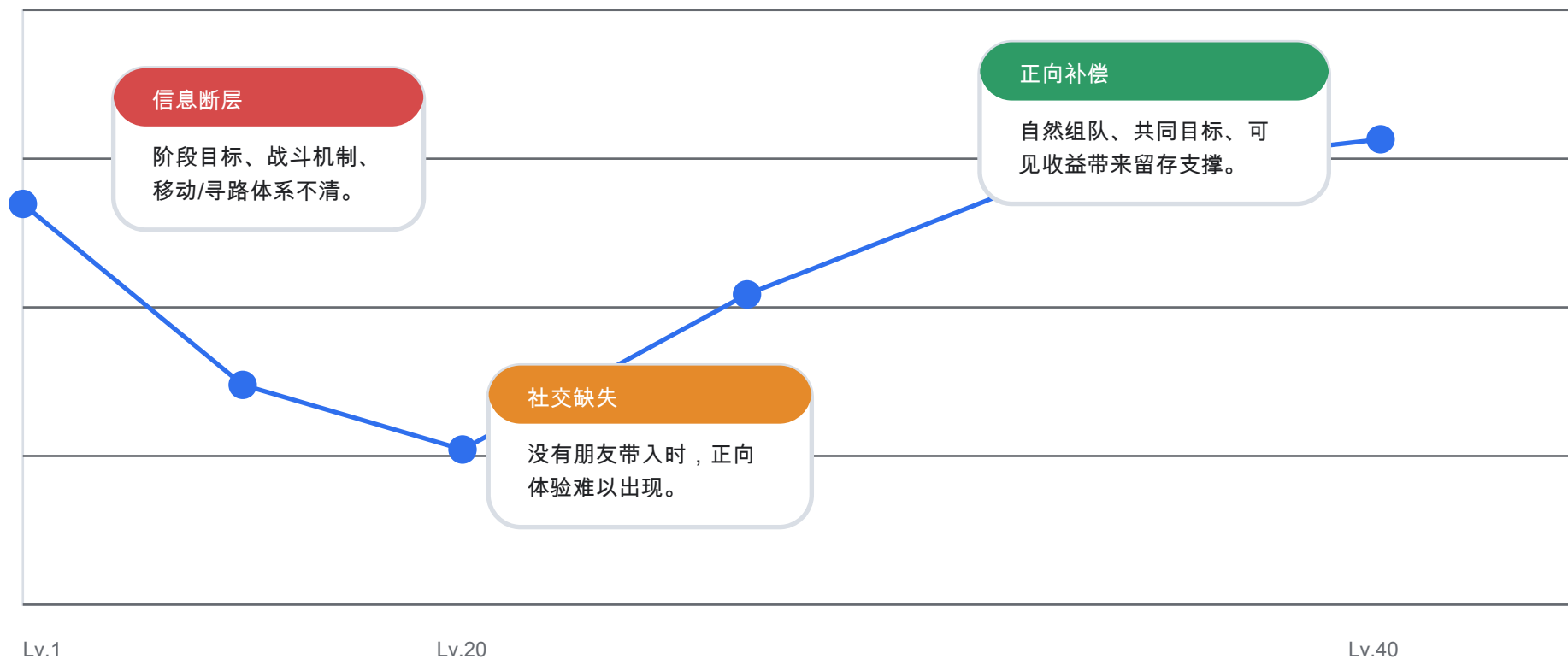


核心洞察：新服乐趣不是单点机制，而是随机惊喜、可追赶目标和社交关系共同形成的体验组合。

。

# 03 新手体验诊断

识别关键流失窗口与补偿机制



设计判断：Lv.1-20 是关键干预窗口。若缺少清晰引导和早期社交触点，新玩家容易转向外部搜索或直接流失。

# 04 交付物与面试呈现

展示能力，不展示机密

## 可展示

研究流程图、样本分层框架、用户旅程示意、问题优先级、脱敏测试需求文档

。

## 不展示

真实项目名、原始截图、真实样本量/分数、玩家原话、内部负责人、未公开排期。

## 面试重点

强调如何定义问题、控制样本、归因洞察、与产品对齐、把研究结论变成可执行建议。

## 我的角色

- 参与研究问题拆解与样本结构设计，覆盖新玩家、回流玩家和双服玩家。
- 执行深访与编码，归纳行为动机、体验痛点和关键流失窗口。
- 组织线下玩法测试，沉淀测试需求文档，提高产品需求对齐效率。
- 将研究发现转译为活动节奏、新手体验和内容规划的决策参考。

一句话总结：我能把玩家讲述的零散体验，整理成可解释玩家来源、动机与流失风险的研究判断。