



李天淼 TIANMIAO LI

教育经历

2019.07.10 - 2021.02.18	皇家艺术学院 (英国)	研究型硕士: 设计 / MRes: Design
2014.09.01 - 2018.07.01	鲁迅美术学院 (沈阳)	工业设计 / BFA: Industrial Design

工作经历

2021.05.10 - 2021.09.02	蓝禾 (深圳) 技术有限公司	用户分析师
-------------------------	----------------	-------

1. 入户研究 (调研问卷 / 电话访谈 / 流程设计 / 情境化设计 / 焦点小组 / 行为研究 / 用户模型 / 原型测试 / 交叉分析 / 报告输出) :

于5~6月夏季产品使用高峰初期背景下, 基于产品与销售部门需求, 欲深挖用户行为与产品应用环境, 针对已购公司主要夏季品类 (风扇类与灭蚊类产品) 广东地区用户进行探访式入户研究, 并产出次年相关产品迭代建议与销售计划方向。

- **项目前期主要负责:** 问卷设计 (目标用户筛选)、电话访谈 (入户意愿用户拉取)、入户流程设计 (人员 / 计划 / 目标 / 话术)。
- **项目中期主要负责:** 以主访者身份带领产品经理、销售团队直面用户进行采访、研究、测试与记录 (采访 / 焦点小组 / 原型测试)。
- **项目后期主要负责:** 完成所带团队所收集三户用户反馈内容的统合, 归纳全部十二户用户所反馈内容并输出入户研究报告, 与产品和销售团队探讨并产出 2022 年产品优化建议与销售规划框架。

2. 可用性研究 (调研问卷 / 正交设计 / 深度访谈 / 原型测试 / 反馈统合 / 报告输出) :

- **项目 A (车载支架可用性研究) :**
针对车载支架使用过程中产品受暴晒影响而产生潜在问题的挖掘与定性, 通过发布所设计问卷筛选招募目标人群, 随机分发 30 份功能相同性能存在差异的产品样品原型至参与者, 再次以问卷的形式收集参与者产品使用体验反馈, 并深度访谈重点用户。应用正交设计总结产品问题, 以用户的角度结合产品设计产出报告并基于产品经理迭代建议。
- **项目 B (平板桌面支架可用性研究) :**
通过发布海报于公司内部招募拥有平板设备且经常使用的参与者, 分发 10 份产品样本至受邀参与者并在参与者完成 5 天的产品体验后, 通过可用性问卷对家用平板桌面支架“基础产品属性”的满意度与在使用过程中在用户视角下“产品存在的问题”进行挖掘, 整理参与者对于现有产品的观点并完成分析给出产品建议。
- **项目 C (加湿香薰机可用性研究) :**
通过问卷招募目标用户 10 人参与产品测试体验, 以 2 天为单位完成对用户体验使用行为记录 5 次, 产品体验进程结束后, 执行对参与用户的一对一深访, 统合参与者产品使用“场景”、“频率”、“出现问题”、“满意度”等反馈产出 EXCEL, 并结合用户建议给予产品经理产品上市前建议与后期迭代规划。
- **项目 D (F32 家用无火香薰可用性研究) :**
通过问卷招募未参与过前序体验项目的目标用户 10 人参与产品测试体验, 通过调研问卷对内部参与 F32 家用香薰用户于产品使用过程中“产品使用情形”、“产品使用经验”与“产品优化建议”等维度数据的收集与交叉分析, 为 F32 家用香薰产品可用性提供指导性优化建议。

3. 用户属性研究 (调研问卷 / 用户画像 / AB 测试 / 定量研究 / 原型测试 / 用户模型 / 交叉分析 / 报告输出) :

- **项目 A (暖芯暖贴用户属性研究) :**
基于生意参谋暖贴行业相关代表性产品 2021 年 6 月属性画像数据与评论追评内容数据, 通过对于现有暖贴类及相关产品现有用户属性的研究, 分析暖贴类产品市场用户现状, 为暖芯暖贴产品提供目标人群定义支持并基于产品属性与用户购买决策为产品销售主图与买点提供导向性建议, 并展示暖芯暖贴产品优势与市场机会占比。
- **项目 B (九号星球车载香薰产品规划与品牌形象研究) :**
通过对于调研问卷所收集具有香氛产品相关使用经验的用户 80 人的香氛“产品使用习惯、产品品牌与香味偏好以及购买决策因素与途径”的研究, 并完成线下选香 AB 测试与封闭式卡片分类, 对于现有数据的交叉分析, 综合评定相关用户产品使用习惯、偏好与需求, 通过定性定义与定量支持为九号星球车载香薰产品提供需求导向性建议。
- **项目 C (iPhone 新机手机壳膜需求与偏好研究) :**
通过调研问卷对外部 1044 名智能手机用户“iPhone13 购买意愿”、“手机壳属性偏好”与“手机膜属性偏好”等维度数据的收集与分析, 基于对调研问卷所得的一手材料信息进行分析, 结合产品与销售对于 iPhone 新机手机壳膜需求, 实施交叉分析, 完成以此次研究目的为导向的定性研究与定量研究。为相关产品产出方向与内容提供指导性建议。

4. 电话访谈 (调研问卷 / 电话访谈 / 流程设计 / 交叉分析 / 正交设计 / 反馈统合 / 报告输出) :

- **项目 A (壁挂式灭蚊灯可接受程度电话访谈成果报告) :**
面向曾购买诺印小鸟笼灭蚊灯, 且有意愿参与灭蚊类产品体验计划与反馈收集的用户。通过电话访谈的方式, 根据需求进行 32 次电话访谈, 有效样本量为 20 人次, 针对灭蚊灯壁挂产品形式的“用户接受度”、“壁挂式安装方式”、“电源线连接形式”与“适用的居家场景”进行可应用性数据收集, 并对反馈进行量化记录与分析, 产出满足壁挂形式产品研发标准的证据与数据, 引导新品开发。
- **项目 B (四合一数据线 电话访谈成果报告) :**
通过基于用户产品的体验反馈与购买经验为主题的 18 人次有效电话访谈, 对四合一数据线的“用户使用情形”与在用户视角下的“产品购买因素”进行挖掘, 收集受访者基于产品层面的主观反馈, 对于用户反馈进行以产品价值导向为中心的客观分析。为销售团队提供增加“车载”使用场景于产品关键字等营销策略, 于产品角度优化产品长度与线材材质, 使产品起量期销量由月均 400 单上升至月均 2000 单。
- **项目 C (小鸟笼灭蚊灯电话访谈与问卷反馈报告) :**
通过 45 人次有效样本电话访谈与调研问卷对已购买小鸟笼灭蚊灯用户的“基础属性”、“住房与人员属性”、“产品信息获取与求证渠道”、“产品购买因素”与“产品满意度”等维度数据的收集与分析, 为小鸟笼灭蚊灯产品营销策略与方向提供指导性建议。发现产品使用环境因素是导致小鸟笼灭蚊灯产品效率低的主要原因, 给予产品团队增加产品使用说明与增加定期更换诱饵提醒功能相关建议, 使迭代后产品月售后率下降 5%。

2020.12.01 - 2021.04.30	易邦七彩 (上海) 企业营销策划有限公司	(实习) 用户体验研究员
-------------------------	----------------------	--------------

- **完成华润旗下罗湖万象城三期、杭州木棉花酒店与深圳湾文化广场室内与室外空间导视系统研究与规划项目。**
主要负责研究空间与用户之间基于体验层面的联系, 通过“实验性测试”与“情景模拟”以用户的角度结合以人为本概念合理规划导视决策点与层级。通过设计调研问卷收集用户体验问题并完成导视系统平面视觉内容的 AB 测试。通过产品原型测试完成用户行为研究, 完成空间层面引导性产品的路线规划。根据项目具体需求与空间风格元素, 以用户的角度给出导视硬件外观与平面设计元素指导性建议。

学校项目经历

项目涵盖研究方法与方法论与设计领域：

Secondary Data Analysis / Questionnaire / Interviews / Focus Groups / Prototyping / Artefact Analysis / Experiments / Visualisation / Observation / Workshop / Ethnographic Studies / Scenarios / Personas / Task Analysis / Survery / Web Analysis / AB Testing / Action Research Cases Studies / User Centered Co-design / Quantitative Research / Qualitative Research / Three-dimensional Approach / Service Design / Product Design / UX Design / Interactive Design

1. 设计研究项目：

- **个人项目 A（回避型限制性进食障碍感官共情通途的探针研究）：**
基于感官统合障碍领域人群感官差异性无法被共情这一情形下，深挖相关人群感官特性与共性，通过应用多样化研究方法产出具有针对性的方法论，以设计的视角探索体验性产品、服务系统与回避型限制性进食障碍人群感官、心理差异性之间的联系。基于心理学并以设计出发为感官统合障碍领域提供了以外界元素为媒介实现感官共情的方法与新知识。
- **团队项目 B（新型海洋经济国际贸易合作模式研究与预估型平台设计）：**
在全球海洋经济发展导致海洋生态与气候面临极大挑战的背景下，NEMO 新型海洋贸易体系成为环境友好型经济与可持续发展的首要选择。通过对于现有海洋经济状况的定量、定性研究与案例研究，以排放、能耗与运输效率数据为证据指出经济架构缺陷，通过情景设计、服务系统模拟、原型测试、叙事性图表产出大数据基础的贸易预估型平台，并以服务设计、产品设计为核心规划系统概念，产出硬件。

2. 产品设计项目：

- **个人项目 A（独居者情绪宣泄情形研究与产品设计）：**
针对独居者情绪宣泄方式与途径缺失这一问题，通过针对相关人群涉及因素的调研问卷、案例研究、医务专业评估与合作、workshop、正交设计、原理实验、原型测试等研究方法的应用，统合二手资料数据、推测数据、测试成果、材料研究以用户为中心结合产品设计、用户体验设计与服务设计，产出能够根据用户不同情绪下自言自语产生的声波而制作石蜡为材料的精神寄托模型，并以台灯的形式实现赋能功能。
- **个人项目 B（城市挑战服务系统与产品原型的研究与设计）：**
基于国内室外健身器情形与健身爱好者对于室内环境的不满足性，完成对于室外健身器地域分布、硬件状况的研究，通过采访与问卷收集相关人群诉求的关键信息明确研究方向与目标。结合 Crossfit 品牌挑战关键内容，契合可应用内容，完成可携带室外城市挑战健身工具并测试。以系统服务的形式为目标人群建立健身记录与竞技的开放平台，兼容硬件与软件产品可用性内容，完成系统性服务设计。
- **个人项目 C（类风湿关节疾病设计应用研究与产品设计）：**
针对类风湿关节疾病根治困难的特殊性，以及患者身体机能反应等客观情形进行动作研究，通过与专家、患者完成焦点小组收集关节穴位分布与分析患者感官因素，完成产品方案的设计并产出原型。通过 Workshop 的方式测试原型，根据原型反馈数据设计用户所执行的肢体动作，更新、改善原型交互模式。设计体感游戏，通过分析眼动测试数据完善软件与硬件的准确性校对，并实现产品阶段性落地。

个人能力

1. 工具应用：

- **熟练掌握：**数据分析工具（SQL / Excel / SPSS）设计工具（Figma / PowerPoint / Adobe PS / AI / ID / AE / PR）3D 工具（Rahino / Keyshot）

2. 个人综合：

- **研究领域：**具备世界前端设计艺术院校研究硕士等级的设计研究能力，熟知设计研究、用户研究方法原理，能够根据研究项目需求实际应用研究方法、整合方法论，独立规划设计符合需求、专于产品、市场、以用户为核心的用户研究方案，有能力结合理论知识付诸实践、主导项目落地并有效产出具体研究结论、建议、基于客观数据输出符合项目需求视角的研究报告。
- **设计领域：**具备涉及美学与工程领域并行的工业设计能力，能够基于研究成果的基础上独立完成由 0 到 1 的产品设计，熟知产品设计概念与流程，能够结合美学产品设计视角与工程、研发实现真实产品具有功能性落地。熟知服务设计、用户体验设计知识架构与实践应用方法，有能力规划产品形式、以及不同设计项目中各学科领域之间比重与联系。
- **市场领域：**具备敏锐的市场洞察力，对数据敏感。能够根据产品属性独立规划相应的市场研究与品类研究方案。能够从宏观的角度分析市场动向与趋势，同时从微观角度出发深挖品类完成竞品研究，总结现有市场、产品存在的优劣属性，考量市场机会并结合用户需求指明产品研发方向，衡量客观属性规划产品进入市场节点规避风险。
- **综合：**清晰熟知用户研究、产品设计、市场研究三个领域之间的关联属性，并了解各领域内各部细节原理。基于此三个领域具有一定的综合项目经验，能够主导用户研究、产品设计、市场部门配合执行产品（用户研究 - 市场研究 - 产品设计 - 产品开发 - 产品测试 - 产品优化 - 营销规划 - 市场监测 - 用户研究 - 产品迭代）的闭环流程。熟知且有执行力，自驱对接各部工作。

3. 附加：

- **语言能力：**雅思 6.5
- **产品手绘能力**
- **心理学基础概念**
- **产品供应商及工厂对接经验**

获奖经历

- 2021.02 皇家艺术学院（英国） RCA Research Biennale 2021 优秀研究
- 2020.08 Design Museum, London（英国） Make it Public 艺术奖作品
- 2020.03 皇家艺术学院（英国） WIP Show, MRes 2020 优秀研究
- 2019.11 Facebook, London（英国） Design Jam 2019 优秀团队

个人网站

- 具体研究项目与设计 <https://www.tianmiaoli-researcher.co.uk> 请复制至电脑端浏览器打开