Overview #微信小程序 #多層級管理後台

鍾欣峰 Cindy Chung 01

PsyDA 測評微信小程序｜個人付費委託案 跨平台延伸與兩層管理後台規劃

2024｜個人承接的付費產品規劃委託｜提出產品建議，規劃 User Flow 與管理邏輯

專案主軸

依既有測評功能與既定商業規則，規劃微信小程序與兩層管理後台的使用流程及管理邏輯

3 個
介面
均已正式上線

5 個
MGM 推薦返現
的規劃面向

3 項
產品
優化建議

專案要處理的課題

- 既有測評服務延伸至微信小程序
- 平台中控與代理商兩個層級的帳號管理
- 會員、儲值與點數的管理
- 推薦返現規則於會員端與管理端的呈現

專案情境

委託方已有心理 / 人格測評產品，希望延伸至微信小程序，讓使用者於小程序內作答並取得人格分析報告；目標服務情境包含教育機構的心理諮商單位與心理諮商診所。

產品策略方向

沿用既有測評功能與產品規則；使用者端、平台中控與代理商後台視為同一組流程規劃，管理端與小程序的功能及資料狀態相互對應。

角色與權責

本人提出產品建議，規劃 User Flow 與管理邏輯；既有產品功能、商業規則與最終產品方向由委託方 CEO 決定與核定。

工作線與交付狀態

已正式上線 本次委託範圍

微信小程序
測評作答與人格分析報告取得流程

平台中控管理後台
跨代理商的帳號管理

代理商管理後台
代理商轄下帳號的管理

會員、儲值與點數、MGM 推薦返現
使用流程與管理邏輯

規劃與建議

管理核心欄位盤點	完成盤點
產品優化建議 3 項	提出建議

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化

產品架構：既有測評功能之上，一個使用者端與兩層管理後台

使用者

- 受測者 / 會員
- 代理商
- 平台營運方

各類使用者於對應的介面操作

介面

- **微信小程序**
  使用者端
- **代理商管理後台**
  管理端
- **平台中控管理後台**
  管理端

管理端與小程序的功能、資料狀態相互對應

功能範圍

- 測評與報告
- 會員
- 儲值與點數
- MGM 推薦返現
- 例外情境

沿用既有測評功能，並依既定規則規劃流程

既有產品

- **既有的心理 / 人格測評功能**
  測評內容、分析與報告，由委託方既有產品提供
- **既定的商業規則**
  由委託方 CEO 決定

由下而上閱讀：下層是上層的前提；本次委託的規劃範圍為介面與功能範圍兩層。

兩層管理後台

平台中控管理後台
管理不同代理商及其旗下帳號

代理商管理後台
代理商管理轄下帳號與相關作業

目標服務情境

教育與心理服務單位

教育機構的心理諮商單位、心理諮商診所；作答者為終端使用者。

三個介面均已正式上線

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化

管理後台功能架構：盤點小程序的功能模組，整理管理端須維護的核心欄位

原本問題

既有測評服務延伸至微信小程序後，會員、儲值與點數、測評題目與報告等資料，須有管理端對應；管理端另分為平台中控與代理商兩個層級。

核心課題

後台須維護的核心欄位與功能，以及平台中控與代理商後台的管理視角如何區分。

盤點的管理核心欄位

會員管理

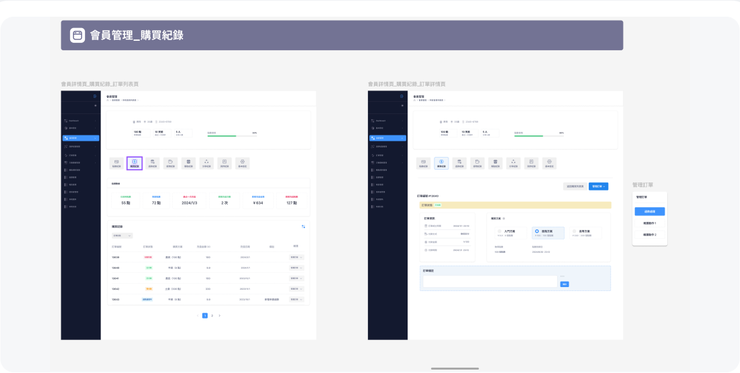
儲值管理與點數存續機制

會員 MGM 返現機制

測評題目管理

測評報告等級管理





後台 Mockup：會員管理的購買紀錄（訂單列表頁、訂單詳情頁）

兩層後台的管理視角

平台中控
跨代理商，管理各代理商及其旗下帳號

代理商後台
管理轄下帳號與相關作業

規劃方式

系統性檢視微信小程序的功能模組，逐一對應後台管理員須維護的欄位與操作。

決策與權責

本人 後台功能架構與欄位盤點、帳號歸屬與管理視角的規劃建議

委託方 CEO 既有產品功能、商業規則與最終核定

交付狀態

平台中控與代理商管理後台均已正式上線。

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化

管理後台介面：贈點情境、方案價格與測評題目等商業規則，改由後台設定維護

設定類單元

商業規則以後台設定維護：贈點的觸發情境與點數、方案的價格與效期、測評題目與報告內容。

點數規則的四種觸發情境

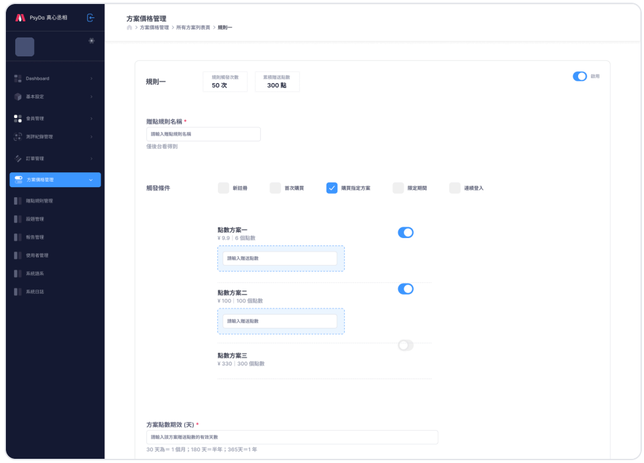
- 新註冊
- 首次購買
- 連續登入
- 指定方案購買

本人的工作

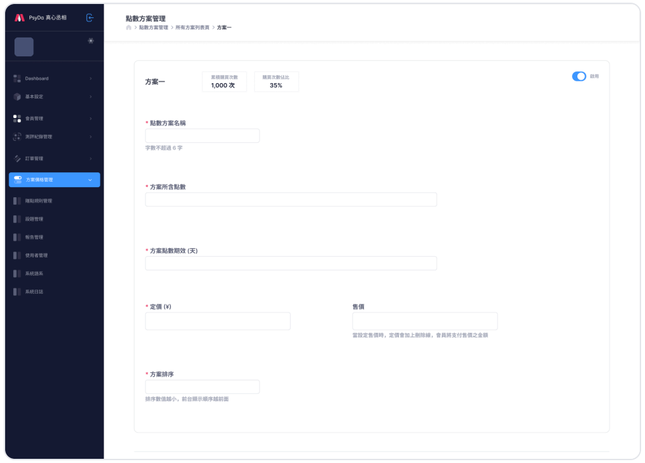
後台各單元的介面規劃與畫面繪製。

題目與報告

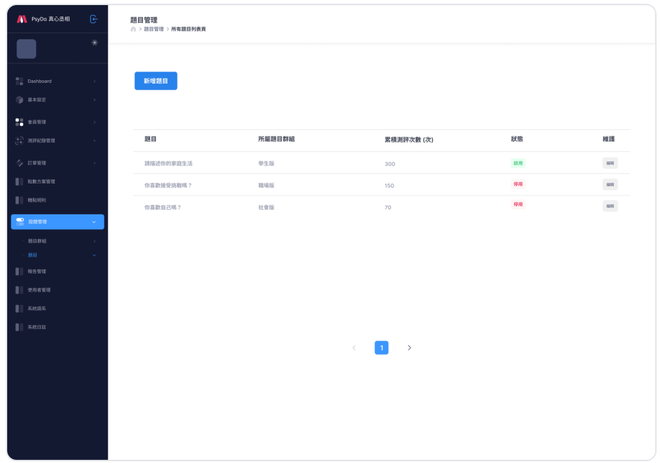
- 題目依群組管理，逐題設定選項與計分
- 報告依面向與級距設定說明文字
- 報告加購等級另行設定



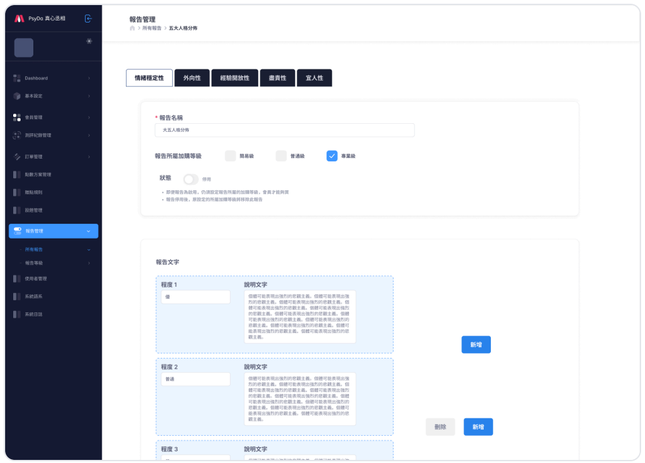
點數規則管理：指定方案購買



價格方案管理



設題管理：題目列表



報告管理：報告詳情

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化

管理後台介面：會員詳情的各項紀錄，與營運數據的檢視

會員詳情

單一會員的點數、購買、退款、提現、贈點、分享數據與測評人，以分頁集中於同一頁。

推薦返現於後台的呈現

提現紀錄：可提現金額、累積提現與申請明細

分享數據：分享人數、轉換比例與各筆返現狀態

本人的工作

會員詳情各分頁與 Dashboard 的介面規劃與畫面繪製。

Dashboard 的五個檢視

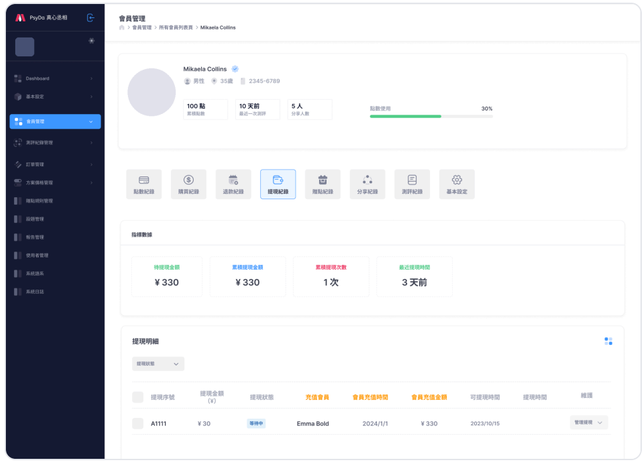
會員統計

充值表現

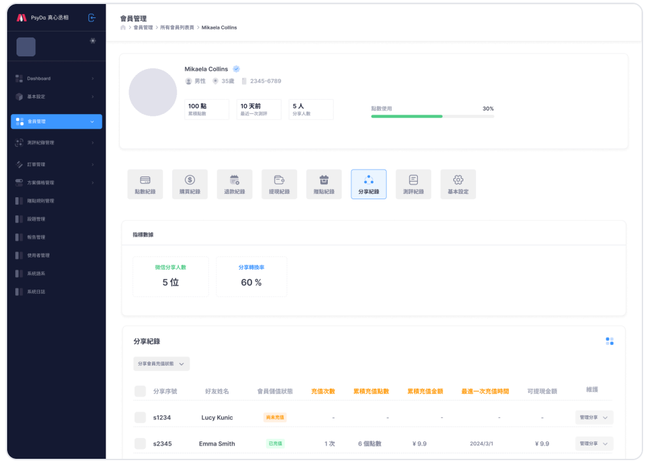
提現數據

測評數據

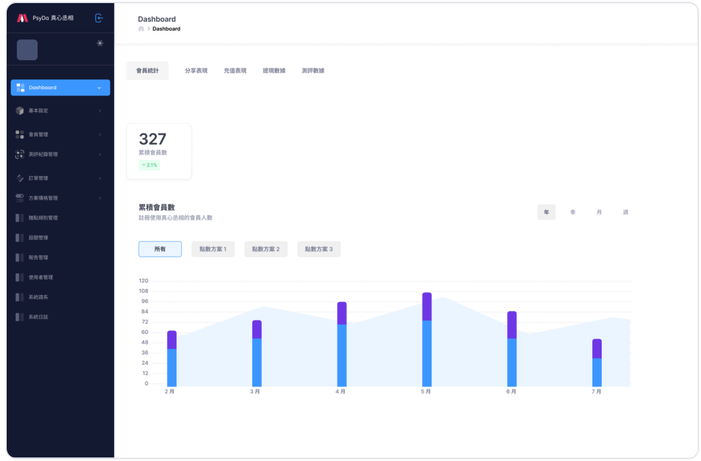
分享表現



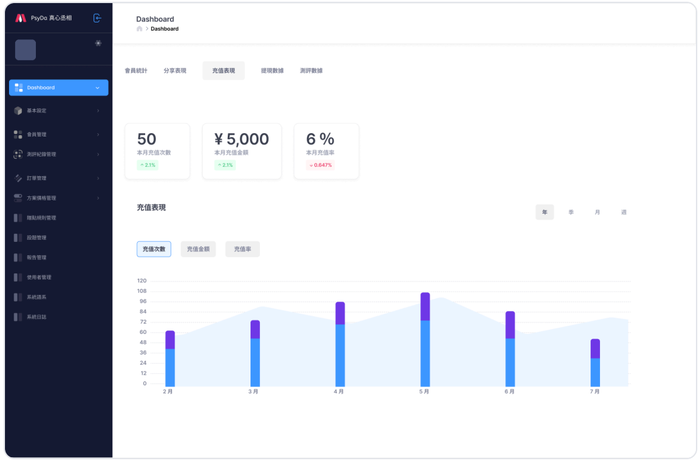
會員詳情：提現紀錄



會員詳情：分享數據



Dashboard：會員統計



Dashboard：充值表現

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化

MGM 推薦返現：將既定的商業規則轉為操作流程、狀態呈現與可查詢的紀錄

原本問題

推薦返現的商業規則已由委託方訂定，涉及推薦關係、返現條件與點數；會員端與管理端皆須有對應的操作與紀錄。

核心課題

既定規則如何轉為會員的操作流程、狀態呈現，以及後台可查詢與管理的紀錄。

規劃涵蓋的面向

推薦操作流程
會員於小程序的推薦參與路徑。

返現條件與狀態呈現
既定規則反映於操作流程與畫面狀態。

返現與點數紀錄管理
紀錄的展示、查詢與後台操作。

代理商與會員管理
管理層級與相關操作邏輯。

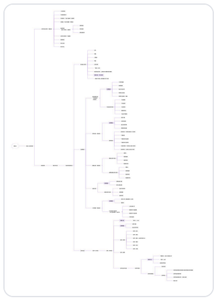
特殊情境處理
不符條件、重複操作等情境的處理建議。

會員管理 > 會員列表頁 > 會員詳細資訊頁 > 活動數據

	指標數據	紀錄列表
會員購買紀錄 充值紀錄	5 項	充值紀錄列表頁 5 個欄位
提現紀錄	4 項 提現次數 未提現金額 最近提現時間 累積提現金額	提現明細 6 個欄位 提現狀態 下層會員 下層會員充值金額 下層會員充值時間 可提現時間 提現時間
贈點紀錄	—	贈點、被贈點數紀錄列表頁 各 4 個欄位
退款紀錄	2 項	退款紀錄列表頁 3 個欄位
分享數據	2 項 微信分享人數 轉換率	分享會員充值紀錄 4 個欄位 分享會員名字 會員累計充值點數 會員累計充值金額 可提現金額

提現狀態 可提現 審核中 已提現

○ 與推薦返現直接相關的紀錄



功能架構心智圖：會員管理

規則與流程的分工

返現的資格與條件由委託方既定規則決定；規劃範圍為規則於會員端與管理端的呈現及操作。

決策與權責

本人 推薦與返現的使用者流程、介面呈現與管理邏輯的規劃建議

委託方 CEO 推薦返現的商業規則與最終核定

交付狀態

屬本次委託範圍的功能邏輯之一，隨整體範圍正式上線。

交付狀態與提出的產品優化建議

交付階段

1 **產品規劃**
依既有功能與既定商業規則，提出產品建議、User Flow 與管理邏輯

→

2 **委託方核定**
產品功能、商業制度與最終方向由委託方 CEO 核定

→

3 **正式上線**
微信小程序、平台中控管理後台、代理商管理後台

正式上線的範圍 已正式上線

微信小程序
測評作答與人格分析報告取得；會員、點數與推薦返現的操作流程

平台中控管理後台
跨代理商管理旗下帳號

代理商管理後台
管理轄下帳號與相關作業

MGM 推薦返現
推薦操作、返現狀態、紀錄查詢、代理商歸屬與特殊情境

產品優化建議 提出建議

後台數據視覺化
新增數據視覺化模組，支援後台管理員掌握數據

會員分級管理
強化會員分級管理功能

報告分級與付費解鎖
依測評報告層級設定不同的付費解鎖門檻

個人付費委託案；委託方名稱已去識別化