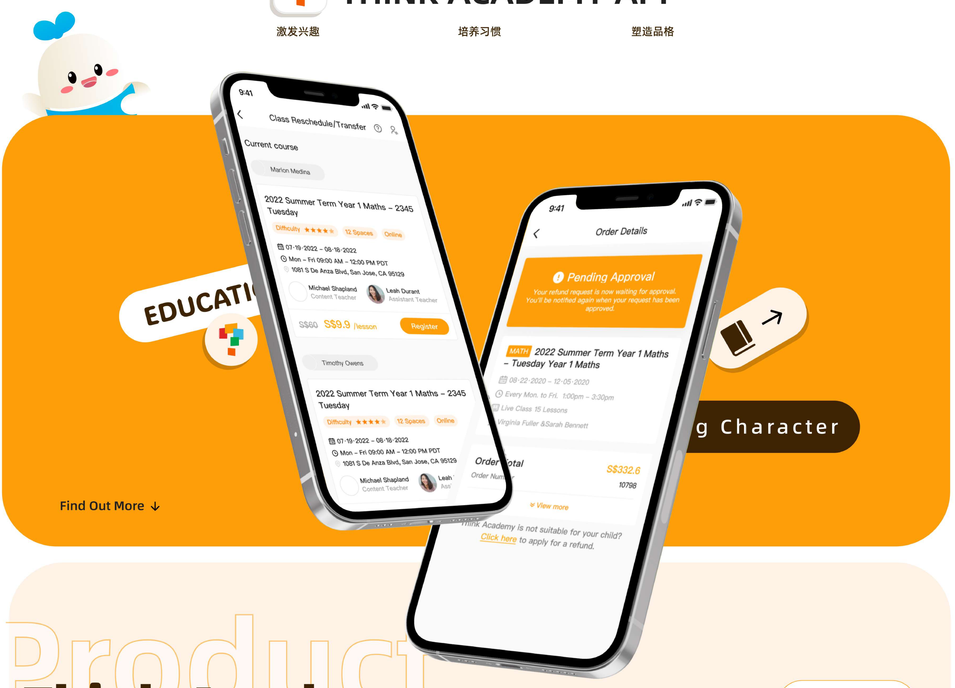
Think Academy

THINK ACADEMY APP

激发兴趣 培养习惯 塑造品格



Product

Think Academy
海外教育产品UI项目

项目概述

(·产品概述)
Product Overview

Think Academy家长端App面向其海外K-12在线课堂场景，是机构与家庭协同的中枢入口,目的是为了帮助家长更好地参与和监督孩子的学习过程，加强家校沟通与合作，提升孩子的学习效果。

(·项目功能)
Project Features

调课转班 购买课程 优惠券管理 课程测试结果 调课转班

学习通知 课程引导 账户与资料 课程日常管理 订单管理

学习反馈评估 个性化课程选择 学习反馈评估 孩子信息

(·关于)
Product Overview

随着海外 K12 线上教育的普及，家长对孩子课程管理、学习跟进的需求日益增长。传统线下教务沟通成本高、信息同步滞后，多孩家庭还面临课程信息混杂、管理效率低的痛点，极需一站式端口承接全流程学习与教务需求。

好未来家长端是面向海外 K12 学员家长打造的一站式课程服务管理平台，聚焦孩子学习全周期，提供孩子信息管理、课程履约跟进、订单教务处理、优惠权益核销、学情测评查询等核心服务。

除此之外，产品深度适配单孩与多孩家庭的差异化场景，实现全局孩子身份一键切换与数据独立隔离；同时将线下教务流程线上化，让家长可随时随地处理课程事务、跟进学习进度，高效提升家校沟通效率与服务体验。

Overvi

(·特色)
Product Overview

学情测评结果统一查询

订单费用明细透明展示

课程收藏与待缴管理

改期转班线上自助办理

多孩身份全局一键切换

课程全周期进度追踪

全模块统一设计语言

优惠券分层核销体系

空状态场景化转化引导

课前准备双端差异化引导

Preliminary Research

01 前期调研

（·核心用户洞察）

Core User Insights

> 「每次看老大和老二的课，都得重新登录一次，太累了。」

洞察 01：多孩维度缺失导致操作割裂

> 「券发到哪个孩子名下了，我常常记不清。」

洞察 02：信息归属不清导致管理焦虑

> 「课是调了还是没调，我不太确定。」

洞察 03：状态反馈缺失削弱信任

（·问题总结）

Problem Summary

01 多孩信息彼此割裂 多孩家庭

课程、订单、优惠券分散在不同孩子的账号下，家长需反复登出登录才能查看另一个孩子的学习与消费情况，操作路径冗长。

02 优惠券管理混乱 交易闭环

券归属于不同孩子，家长无法统一查看使用进度与到期时间，「领了却忘了用」成为高频困扰，优惠价值大量流失。

03 教育自助服务乏力 课程管理

已调课、已完成、进行中缺乏明确标识，家长难以快速判断孩子当前学情与下一步动作，只能点进详情页逐项确认。

（·竞品分析）

Competitive Analysis

	作业帮	VIPKID	猿辅导	火花思维
框架层	工具属性强；核心功能路径短查学情、看作业效率高	家长 / 孩子双端分角色设计海外本地化适配完善	功能层级清晰；数据驱动信息排布，核心操作前置外露	卡片式交互轻量化；低龄家庭场景适配友好
结构层	单向流程简洁；数据效率优先运营转化链路成熟	课程商业化展示完整；学习 反馈可视化程度高	学情数据呈现清晰，课程状态一目了然；信息获取成本低	生态化架构，AI + 社区 + 内容三角联动
表现层	冷色调极简主义;理性工具形象信息层级通透	科技感与亲和力平衡国际化视觉表达，图标体系统一	轻量化设计语言；统一组件复用率高；视觉一致性强	品牌 IP 感知强；内容趣味性高，符合低龄家长审美
差异化设计对策	吸收其工具效率与运营转化思路补充完善多孩账号体系与教务服务闭环，兼顾效率与服务能力	参考双端分角色与国际化设计语言，整合全链路服务模块，打造一站式教务入口，降低用户跳转成本	复用其数据前置与组件化思路，补充多孩全局切换体系，强化自助教务功能，打造兼具效率与温度的家长端体验	借鉴其轻量化交互与生态化思路，强化课程服务的专业属性，同时补充空状态、引导页的情感化设计

（·用户体验地图）

User Experience Map

阶段	认知了解	下载激活	日常管理	选课付费	持续使用与推荐
目标	了解产品是否匹配孩子的海外学习需求，确认课程与服务能力	快速完成账号与孩子信息录入，开启核心功能	高效管理多孩子课程、跟进学习进度、处理教务问题	高效管理多孩子课程、跟进学习进度、处理教务问题	高效管理多孩子课程、跟进学习进度、处理教务问题
行为	亲友推荐 社交平台看测评 对比同类海外教育产品 咨询课程顾问	下载 APP 填写家长信息 添加孩子资料 查看新手引导	查看课程表 确认课前准备 申请改期转班 查订单、用优惠券 看测评结果	浏览课程 对比班型难度 查看费用明细 使用优惠、完成支付	定期查学习反馈 处理售后问题 参与测评 推荐给其他家长
接触点	亲友分享 公众号 / 海外社群 官网介绍 课程顾问沟通	应用商店下载页 注册登录页 孩子信息填写页 新手引导页	APP 推送通知 我的课程页 订单详情页 测评结果页	课程列表 课程详情页 待缴费、支付页 优惠券详情	学习报告 客服入口 测评分享 推荐活动页
情绪曲线	迷茫：多平台对比，信息不透明	期待：快速上手使用	焦虑：多孩信息混杂处理繁琐	顾虑：费用不清晰，优惠使用复杂	满意：服务顺畅，愿意推荐
痛点 & 需求	课程信息分散，难以判断是否适配海外孩子的进度与需求	多孩子信息填写繁琐，年级选项不贴合海外学制，注册流程长	多子女家庭账号切换繁琐，改期转班要找客服，订单 / 优惠 / 测评信息分散	费用明细不透明，优惠券找不到适用课程，多孩无法分别用券	售后流程不清晰，测评结果难查找，海外用户分享推荐不便
机会点	打造家长端价值介绍页，清晰展示课程、教务、服务全能力，强化海外场景适配	轻量化孩子信息表单，适配海外年级选项，支持一键添加多个孩子	搭建全局多孩切换体系，上线自助改期转班功能，整合课程 / 订单 / 优惠 / 测评一站式入口	透明化费用明细，优惠券详情直达适用课程，支持按孩子分配使用优惠	完善线上自助售后，统一测评结果入口，优化分享与推荐流程

（·设计方向）

Design Direction

提升多孩管理效率

搭建全局孩子切换体系，全模块数据联动隔离

课程 / 订单 / 权益按孩子分组，信息归属清晰

提升业务转化完成率

核心操作前置外露，缩短关键路径步骤

空状态与引导页承接，驱动选课与支付转化

降低服务沟通成本

搭建全局孩子切换体系，全模块数据联动隔离

课程 / 订单 / 权益按孩子分组，信息归属清晰

（·设计规范）
Design Guidelines

颜色规范

作为工具类APP颜色尽量统一，其警示或体现状态不同时可
使用少许辅助色进行区分

主色
FF9F0A

辅助色
FF9F0A

辅助色
00A74A

辅助色
F45D00

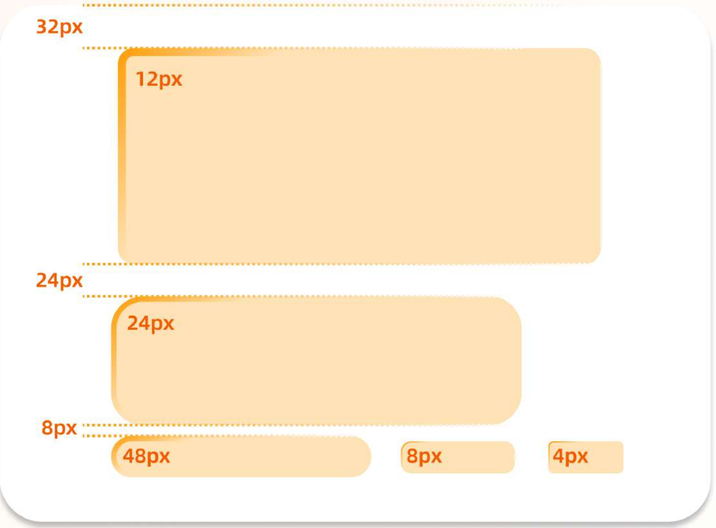
100%
222222

70%
222222

40%
222222

10%
222222

圆角&间距规范



字体规范

苹方　Aa 中

12px 14px 16px 18px 20px 24px

Montserrat　10

12px 14px 16px 18px 20px 24px

Account And Multi-Child Management System

02 账号与多孩管理体系

Background
发现问题

切换成本高，操作路径断裂

多端未实现数据同步时，业务员在线下为家长处理问题后，需要记住孩子的姓名、年龄、班级等信息，并在线上重新查找并切换，过程繁琐且容易出错。

多孩信息混杂，辨识度低易出错

家长一个手机，多个孩子，但系统对账号和界面，未能基于孩子维度组织信息，多个孩子的作业通知混在一起，家长需要反复确认哪条信息属于哪个孩子，容易出现漏看或误看的情况，也增加了业务员的沟通成本。

表单信息冗余，填写修改效率低

表单一般需要收集较多信息，但并非每次都有新内容需要修改，业务员每次打开表单后，需要逐一检查大量字段，操作步骤（Input 或 Textarea）虽然上面都是自动带有值，但是每次都需要手动点开，效率极低，用户体验很差。

用户侧

客服咨询量大，人力成本高

孩子的登录入口不统一，部分老师或家长不知道如何登录，或者登录后找不到孩子的入口，导致客服咨询量增加，也影响了用户的使用体验。

业务侧

多技术底层存储，转化受限

多端多技术底层存储，产品无法实现账户数据统一，同时多套账号体系不互通，也限制了二次营销、多维度统一等业务场景的拓展空间。

场景挖掘

Summary
问题总结

01 限制缺失

缺少统一的家庭角色管理底层架构，各业务模块数据独立，无法实现业务协同，是所有问题的根源。

02 路径开杂

孩子切换入口不统一，部分老师或家长不知道如何登录，或者登录后找不到孩子的入口，导致客服咨询量增加，也影响了用户的使用体验。

03 信息混乱

多技术底层存储，无协同，信息归属不清晰，导致了用户对认知成本与沟通概率。

04 效率低下

重复设计多个数据录入页，缺乏统一的操作习惯，用户的学习与维护成本高。

Transformation Strategy
改造策略

搭建「1+N 全局身份联动架构」

数据分组隔离
明确信息归属

- 设计动作：所有业务涉及到「家长、订单、优惠券、课时」时，均强制下拉菜单选择孩子后，每个功能页都以孩子姓名和班级，切换孩子后，所展示的数据将即时同步更新，同时提示内容重新呈现。
- 解决问题：通过数据分组隔离，确保不同孩子的数据不会混淆，从而降低因信息错位而引发的客诉风险。

轻量化表单
提升填写效率

- 设计动作：设置默认信息（姓名、年级）和最近填写记录，减少用户填写心理负担。
- 解决问题：降低孩子的信息收集与维护成本，提升表单完成率，同时减少因信息等待而引发的客服咨询。

全局统一入口
缩短切换路径

- 设计动作：将孩子切换按钮放入所有业务的底部区域，或者「头像 + 孩子姓名」的组合，确保老师家长都清晰可见，点击后从底部弹出孩子选择面板，支持一键切换孩子。
- 解决问题：把切换路径从「返回个人中心 → 找到孩子管理 → 选择孩子 → 返回业务页」的 4 步，压缩为「点击顶部入口 → 选择孩子」的 2 步，操作成本缩短 50%，且无需中断当前任务流。

Change Information Display
明确信息归属

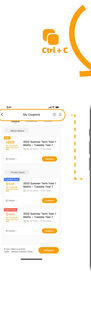
个人主页　　信息管理

「家长个人资料页」

「孩子信息档案页」

理清账号权限与信息边界，避免家长与孩子信息混杂，让信息易用和复用在用户心智，同时为后续进行统一切换功能扩展更灵活。

Lightweight Form
轻量化表单



家长个人资料页

孩子信息档案页

- 聚焦每号长业，研究方式，收到每位家长的意见，并把文件，减轻的每号每性。
- 必填核心信息（姓名、年级）和最近填写记录，减少用户填写心理负担。
- 表单输入错误实时校验提示，提交前给出明确反馈，减少来回反复修改的试错成本。

- 保留选择某属[现有式底部选项]，提高集件变更效率，减少选择加下拉菜单操作更简单，明确变更要求。

Development Strategy
增加多孩统一入口

植入切换入口

- 切换孩子后，当前页面的内容、功能都会全部被为对应孩子的内容，同时自动保存老师当前 Tab 页的状态，从户切换为对应孩子的上次查看的场景。
- 在全局设置了两处，切换后都会记，为什么切换后页面变化，不明显感知，避免再切换误操。

课程模块
Course Module

测验模块
Quiz Module

兑换入口

顶部全局入口 + 场景内快捷选择

家长需要频繁切换查看不同孩子的学习情况，同时找到老师和对需要精准推送正对应孩子，而入口只能固定在产品整体体系的一级性，又或能从体验作用更便捷更多。

信息层级

降低认知成本：可选的孩子 + 班级作为 + 最近切换，后续作用性，信息从上到下自然排布。

高频场景前置易操作：高频为一步可选三项来回，对切换特性性，单独展现方式，并在此基础内，提前解决多个操作，减少重复操作。

多下选择方式，单独展，增加新方式能够在高频场景使用，提升下新作与使用的整体效率。

Ctrl + C

Think Academy

通用组件内核 + 场景化配置

基于全局统一的多套角体系，实施体课新采用复用方案，在业务模块实现组件提高 ++ 指导设定产品交互与视觉统一规性，降低用户学习成本，又能实现不同业务的组织要求，同时大幅提升设计与研发的整体效率。

全产品统一的交互与视觉，降低多套复杂的学习成本，降低新课性和组织成记忆，使用简单高更高，统一的底子态和要求，也使用户不同模块的统一一般性能的体验够足，减少操作失误。

优惠券模块
Coupon Module

从前路径

返回个人中心 → 找到孩子管理 → 选择孩子 → 返回业务页

优化路径

点击顶部入口 → 选择孩子

所有业务模块的数据同步刷新，实现“一步切换、全页联动”。
操作路径缩短 50%，且无需中断当前任务流。

Order And Academic Services Self-Service

03 订单与教务自助服务

Problem 「现有问题」

业务效率侧 01
人力成本高与转化低效

- 客服人力负荷过重 改期、转班、退款、优惠咨询四类问题，占据家长端教务客服近 60% 的咨询量，且多为重复性流程操作，大量占用人力成本，无法聚焦核心教学服务。
- 人工操作容错率低，客服手动处理调班、核销优惠，容易出现班级匹配错误、优惠券错用、退款金额计算偏差等问题，后续调账、安抚的隐形成本高。
- 营销资源转化不足，优惠券核销路径长、门槛高，导致整体核销率偏低，营销投放的资源无法有效转化为课程报名；优惠与订单、课程脱节，也无法发挥促进续报、转班的业务价值。

家长体验侧
流程断裂与信息不透明

教务服务（改期 / 转班 / 退款） 02
- 订单信息不透明：费用构成、课节拆分、转班记录展示模糊，多孩家庭订单混杂，难以区分归属，易出现操作错误。
- 重度依赖人工，流程不可控：核心教务操作需联系客服办理，海外家长受时差影响沟通周期长，进度不透明，只能被动等待。

优惠核销（优惠券 / 兑换码） 03
- 核销路径冗长：优惠券与课程脱节，家长需在券列表与课程列表间反复跳转对比，从找券到完成抵扣步骤多，流失率高。
- 多孩适配不足：优惠券无法精准指定孩子使用，多孩账号下券混杂，易出现错用、串用，管理效率低。

Problem 「问题总结」

教务服务线上化缺位：
改期、转班、退款等核心操作依赖人工线下处理，效率低、进度不可控。

订单信息透明度不足：
费用明细、操作进度、使用规则不清晰，易引发重复咨询与操作失误。

多孩场景适配性薄弱：
订单、优惠券未按孩子维度做数据隔离，信息混杂、权益归属易出错。

优惠转化链路不连贯：
优惠券与课程、订单体系脱节，核销路径冗长，营销资源转化效率低。

Architecture Idea 「架构思路」

1 个调度中心：
作为所有业务的核心载体，改期、转班、退款、优惠核销均从个人调度中心触发，操作记录与订单绑定，全链路可追溯。

7 类自助服务链路：
多类教务操作，均形成「入口触发→选择操作→提交申请→进度反馈→结果通知」的完整线上闭环，无需人工介入。

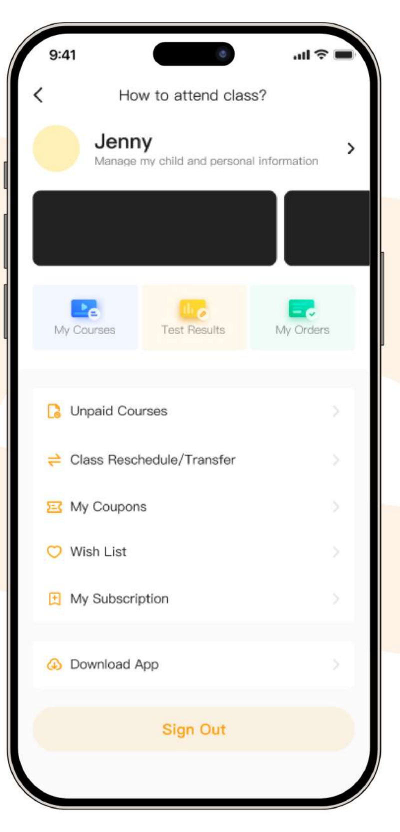
1 套优惠核销体系：
优惠券与课程库、订单系统打通，实现「选券→匹配课程→下单抵扣」的全链路联动，支持按孩子维度分配权益。

入口统一
所有教务操作与优惠使用，均收敛到订单详情页与对应列表页，避免多入口分散。

状态同步
操作提交后，订单状态实时更新，同时通过系统通知推送进度，家长无需主动查询

数据溯源
转班、退款、优惠核销均生成操作记录，关联原订单，支持历史回溯，减少纠纷核对成本。

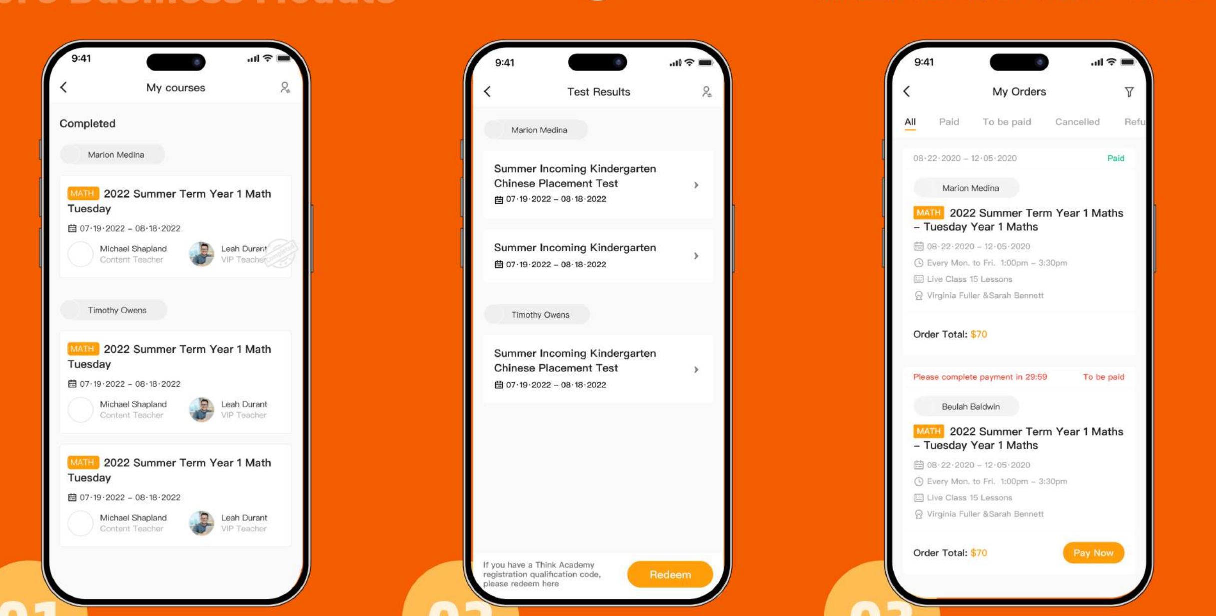
Transformation Strategy 「教务操作自助化」



调度中心
所有教务操作的统一触发入口，体现「入口收敛、状态联动」的设计思路，同时也是多孩数据隔离的核心载体，承接全局身份体系。

核心业务模块 Core Business Module

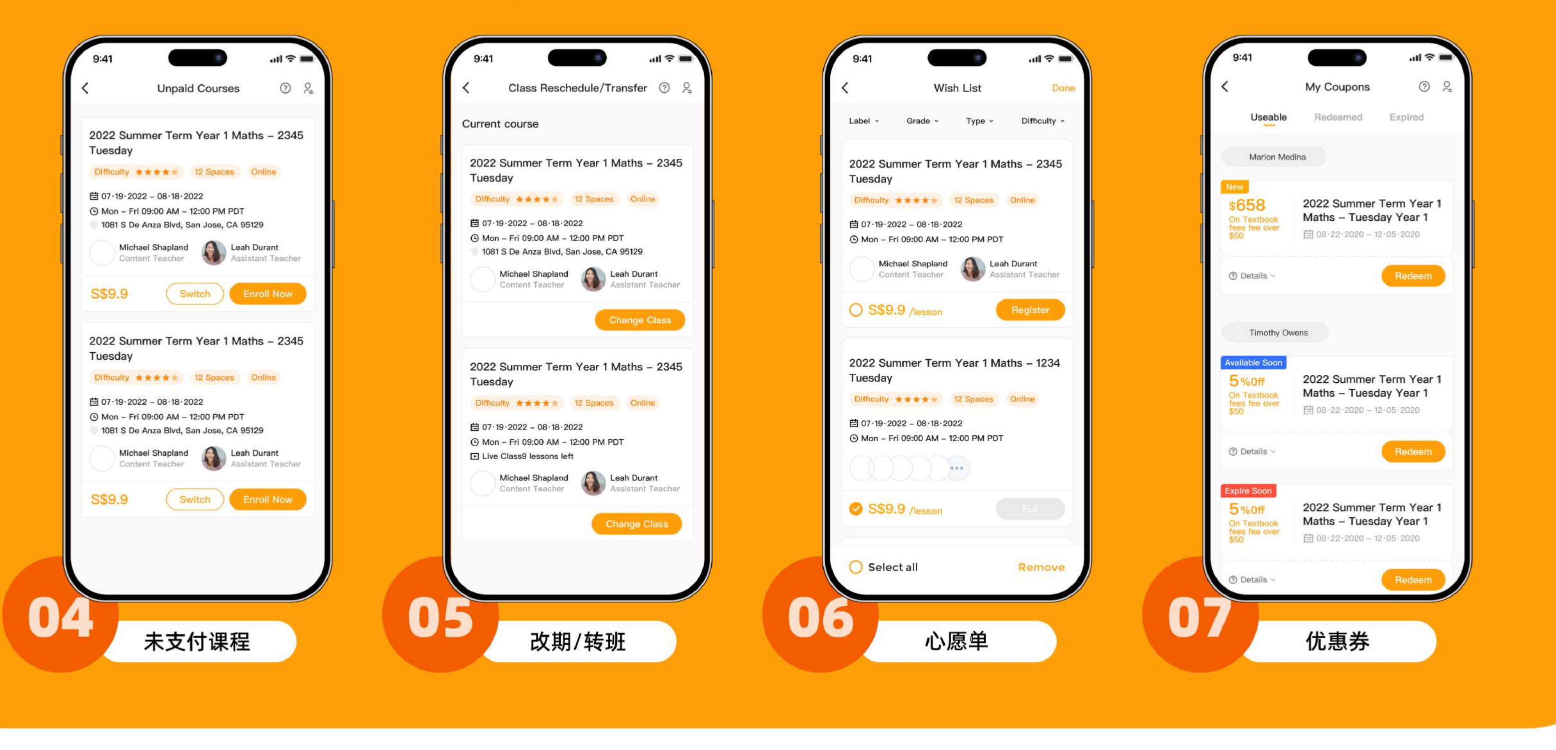
课程履约、学情测评、订单管理，覆盖家长用户的核心诉求，是产品的一级核心功能入口
视觉上用图标卡片形式强化视觉权重，也对应了「核心」的优先级。



01 我的课程 02 测试结果 03 我的订单

教务服务与权益模块 Academic Services And Rights Module

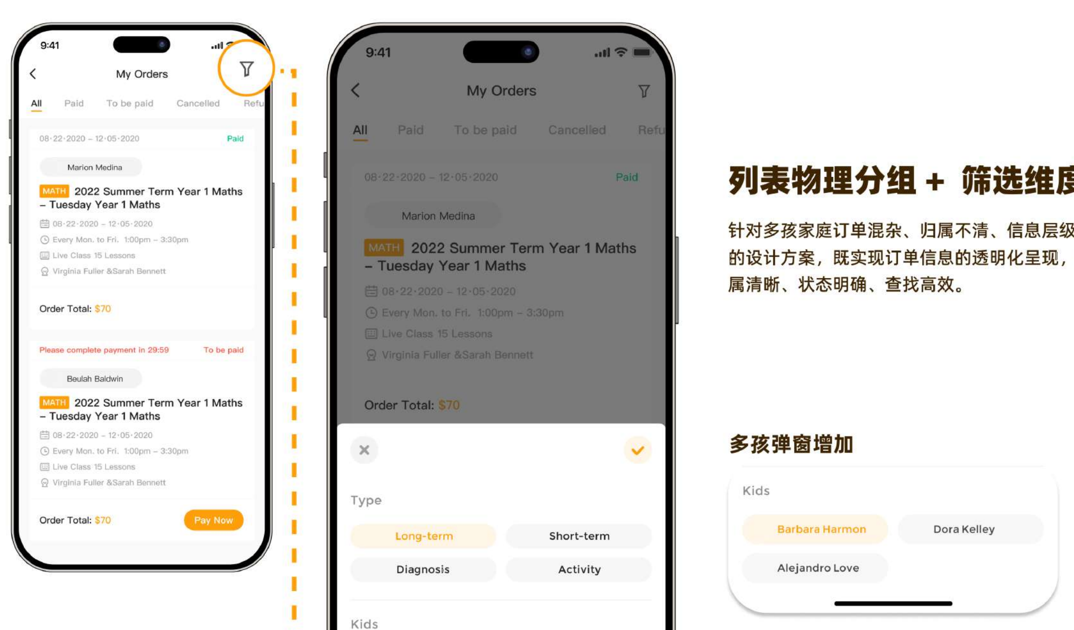
针对「教务自助化」的设计策略，是订单与教务操作的快捷入口，权益管理、收藏订阅的辅助功能承载营销转化与服务补充的价值。



04 未支付课程 05 改期/转班 06 心愿单 07 优惠券

* 复用卡片页面框架，仅替换数据维度，保证体验一致、提升研发效率

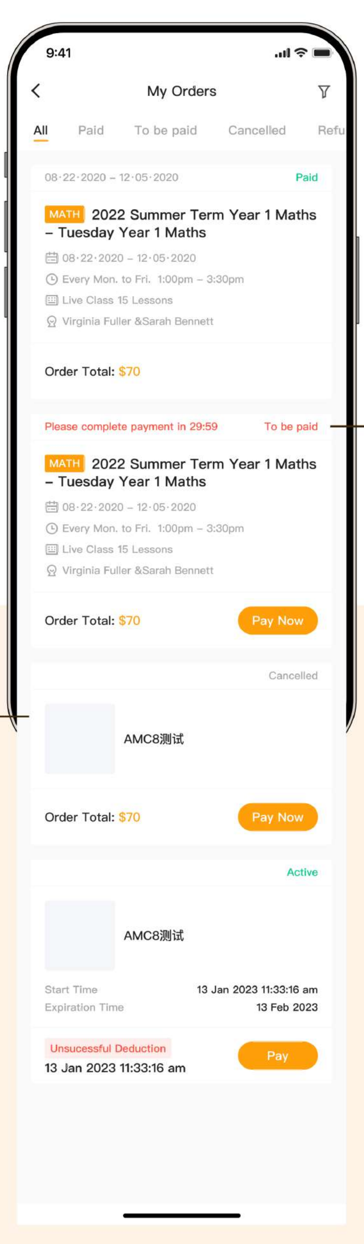
Order Information Is Transparently Layered 「订单信息分层透明化」



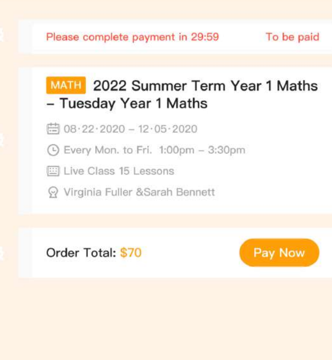
列表物理分组 + 筛选维度补充
针对多孩家庭订单混杂、归属不清、信息层级模糊的痛点，采用「列表物理分组 + 筛选维度补充」的设计方案，既实现订单信息的透明化呈现，又从数据层解决多孩场景的适配问题，让每个订单归属清晰、状态明确、查找高效。

多孩弹窗增加
- 双维度筛选，兼顾类型与孩子
- 多选交互，适配多孩批量场景
- 轻量化弹窗交互，不打断任务流

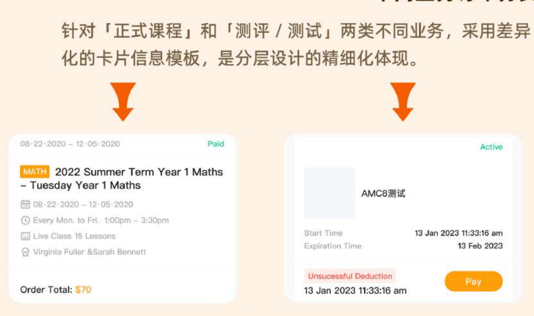
订单主页设计思路
核心是「状态分层做分流、卡片分层提效率、类型分层做适配、多孩分层做兜底」的四层信息架构，不是单纯的“多状态展示”由上到下逐层收敛，既解决信息混杂、重点不清的问题，也适配多孩家庭与多业务类型的场景。



信息卡片层级
一级信息（识别层）：用颜色 + 文字双重标识，一眼完成核心判断；针对高优先级订单差异化提升紧迫感，驱动支付转化。
二级信息（辅助层）：辅助信息用浅灰小字弱呈现，帮助家长核对课程细节，不抢夺核心视觉权重。
三级信息（操作层）：订单总额 + 底部操作按钮，金额用品牌色突出，操作按钮按状态差异展示



不同业务订单分类
针对「正式课程」和「测评 / 测试」两类不同业务，采用差异化的卡片信息模板，是分层设计的精细化体现。



课程类订单：
重点展示上课时间、课节数、授课老师等履约信息，匹配家长关注“什么时候上课、谁来上”的核心需求。

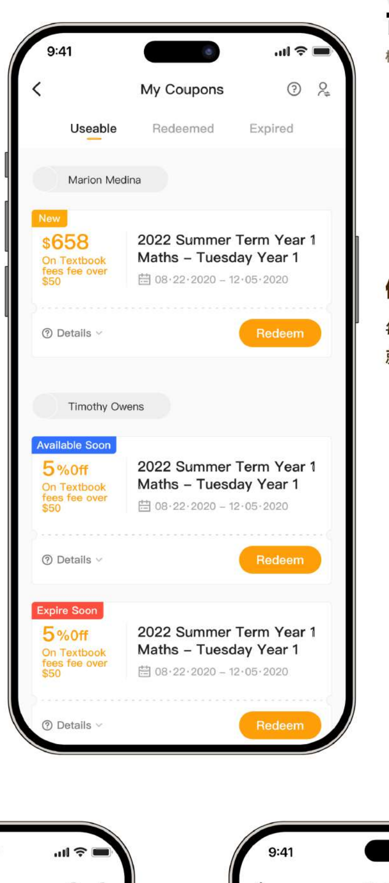
测评类订单：
重点展示生效时间、有效期、扣款状态，匹配家长关注“测评是否有效、有没有成功报名”的需求，去掉冗余的课时、老师信息。

Coupon Redemption Efficiency Boost 「优惠券核销提效」

01 可用券页 Useable
核销转化主阵地，分层驱动行动

时效标签分层，精准引导注意力
按优惠券的时效优先级，用三色标签做视觉区分。通过色彩权重引导用户注意力，重点强化临期券的紧迫感，驱动用户尽快使用，减少优惠券沉睡浪费。

New | Available Soon | Expire Soon

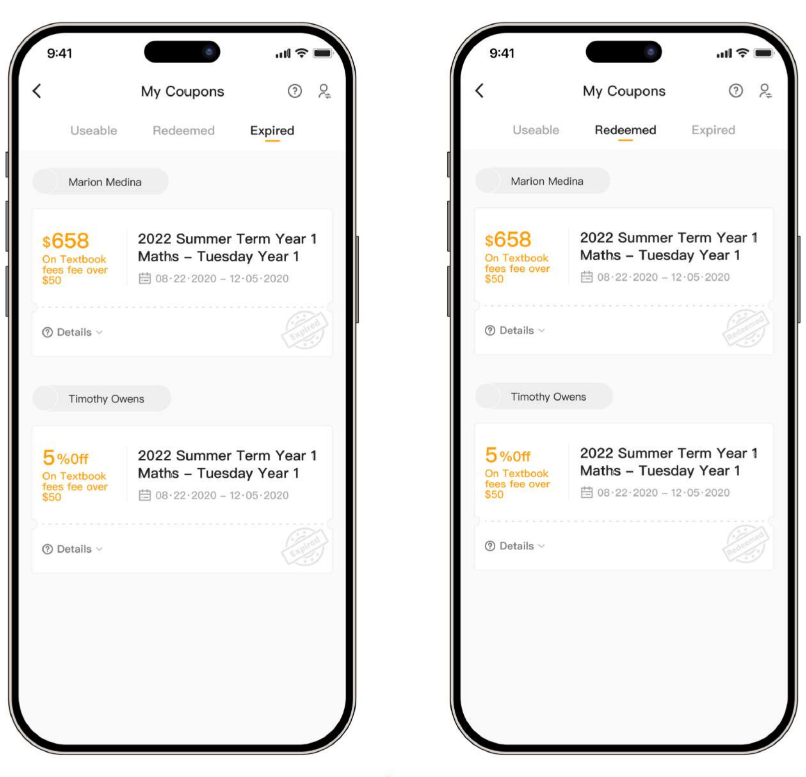


信息层级清晰，核心利益一眼获取
每张优惠券采用左右分栏的分层结构,信息排布有轻有重，用户扫一眼就能判断「能不能用、值不值得用」，降低认知成本。

优惠力度 用券详情

Redeem
核销按钮前置，缩短转化路径
卡片右下角固定主按钮，无需进入详情页，将「查看列表→进入详情→点击核销」的三步路径压缩为两步，减少页面跳转带来的用户流失。支持快速指定对应孩子，全程不打断当前任务流。

03 已过期页 Expired
核销转化主阵地，分层驱动行动



02 已兑换页 Redeemed
记录透明可追溯，降低咨询成本

历史记录留存，形成体验闭环
保留过期券的完整信息，而非直接删除，满足用户「查找历史记录、确认券为什么失效」的诉求，避免用户产生权益丢失的困惑与客诉。

组件复用，体验统一高效
卡片框架、信息结构、多孩标签完全复用已兑换券的组件规范，仅替换状态标识与交互元素；保证全页面体验的一致性，减少重复设计与开发工作量。

全信息留存，满足核对需求
完整保留优惠金额、适用课程、有效期等核心信息，家长可随时回溯历史核销记录，直接减少「券有没有用、用在了哪」的重复咨询，降低客服沟通成本。

统一置灰弱化，引导聚焦可用券
全部已兑换券统一降低色彩饱和度，搭配「已兑换」印章标识，视觉上整体弱化，引导用户聚焦可使用的权益，保证转化主路径不受干扰。

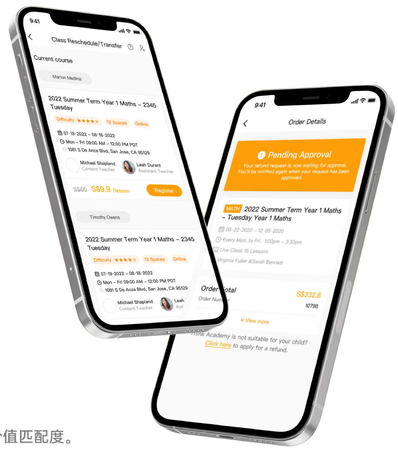
多孩用户留存率提升约 20%
待支付订单支付转化率提升约 18%。
核心组件复用率达 60% 以上
教务运营纠纷率下降约 30%。

REVIEW

项目复盘总结

KR 底层账号架构升级 + 教务服务线上化，实现降本提效双增长

从运营效率、用户体验、业务转化、用户留存四大维度，结合多孩家庭使用场景与线上教务业务痛点，复盘账号与多孩管理体系、订单与教务自助服务两大核心模块的设计实践与价值成果。



50% 多孩身份切换效率提升

30% 教务类纠纷下降

18% 订单转化率提升

15% 用户增量

【● 经验梳理 → 】

在项目实践中不断沉淀设计方法与思考逻辑，将体系化思路复用至后续业务，高效提升设计产出质量与业务价值匹配度。

扎根真实场景
从底层架构拆解核心问题

针对多孩家庭信息混杂、教务操作重度依赖人工的核心痛点，没有停留在单点界面优化，而是从账号底层身份架构、教务全链路服务逻辑切入，溯源问题根源，让设计方案直击本质，而非表面修修补补。

业务体验双目标
设计价值可量化落地

围绕「教务降本、转化提效、体验升级」三大业务目标，每个设计策略都对应明确的问题与可衡量的结果，数据验证设计产出，让设计价值可感知、可量化

组件化体系化设计
兼顾统一与落地效率

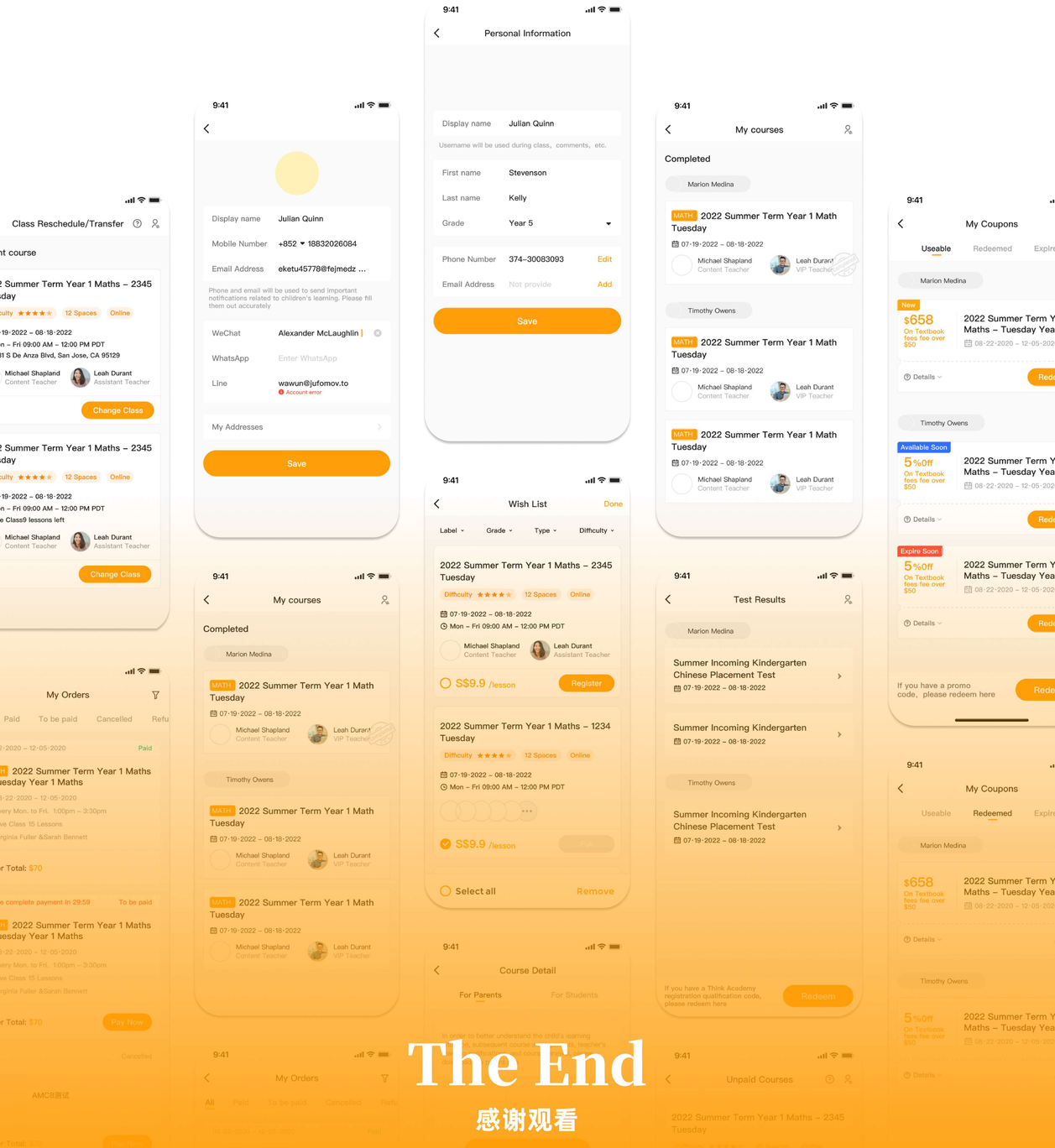
沉淀通用业务组件，跨模块复用统一的交互与视觉规范；保障体验一致性，降低学习成本，提升设计与研发的落地效率。

聚焦核心链路
以点带面形成完整闭环

优先打通核心业务链路，每个环节前后承接、数据联动，从底层架构到终端操作形成完整闭环，以核心链路的体验升级带动整体产品的业务价值提升。

Page Overview

页面总览



The End

感谢观看