1. **问题需求**

金融产品推广少，不普遍，而且大部分没用过的人会觉得风险大，急需消除大众的这种心理，所以我们思考可以从人们的日常生活进行渗入，让用户更加的近距离了解金融产品，从而减少用户对未知事物的恐惧心理。而且目前金融产品的用户信息来源也比较单一，仅包括一些用户的基本信息，浏览信息，银行流水，以及信用卡信息等，所以需要增加更多的用户信息来源。

1. **价值导向**

基于上述的分析，我们可以知道，当大众更加的了解金融产品，就能为产品带来更多的用户，而且当金融产品的信息来源更多，对贷款的业务处理也越准确。而对于用户来说，用户能更加简单利用触手可得的金融产品进行资金的各种操作。

1. **应用的整体构思**

对于拟采用的方案，我们觉得可以基于目前已经完全融入人类生活的微信平台做一个小应用，如果可能的话，与微信合作，利用微信庞大的用户关系网络，以及用户信息，在积累一定量的用户使用后，对用户数据与用户关系进行挖掘，从而对用户群体进行分类，预测潜在用户等，从而让金融产品更加友好化，日常化，并越来越渗入用户的生活。

1. **数据使用**

我们主要可以使用大赛提供的用户各种基本信息，流水账单，信用卡信息，浏览信息等，而且在基于微信平台有一定的用户使用量后，可以把这些数据跟微信上的数据合并到一起，一起进行探索，挖掘。