# 四、团队组成

## 4.1团队及分工

### 4.1.1 团队组成

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 姓名 | 学号 | 专业 |
| 周子龙 | 1851201 | 软件工程 |
| 陈子杰 | 1850106 | 软件工程 |
| 马天放 | 1750773 | 软件工程 |
| 陆天一 | 1851345 | 软件工程 |
| 黎力 | 1853549 | 软件工程 |
| 林淦 | 1851758 | 软件工程 |
| 沈放之 | 1853574 | 软件工程 |
| 王文政 | 1853928 | 软件工程 |

### 4.1.2 成员分工

待补充

## 4.2项目顾问

待补充

# 五、营销策略

## 5.1营销策略与实施总览

我们的平台类似论坛和贴吧，所以我们在运营模式上会以百度贴吧，知乎这些典型的平台作为对比参考。在主打的老师、课程评分推荐功能之外，我们会通过添加学生交流论坛用于学生间的交流互助，解决同学在学习生活中遇到的各种问题。

我们平台提供各类服务，同学可以在我们的平台上向其他同学推荐自己觉得质量良好的课程和优秀的老师，并且就学生交流论坛功能来说，具有良好的社交基因，同学可以对特定的老师或课程发表自己的评论见解与同学进行交流，让同学们更高效率地交换信息。

## 5.2运营模式

### 5.2.1 推广方式

我们充分利用线上线下多种推广方式来推广我们的同济大学社群系统,如学校官方在公众号等媒体中推广等。但口碑宣传是我们最注重的推广模式之一，大量用户的良好体验，将带来良好的口碑效应。并且我们会利用学生社交圈，常用社交软件等媒体运营进行传播，在内容表现形式上有自己产品独特风格，符合同学们的需求。在前期，我们会进行用户签约，邀请各个学院的学生在本学期内评价，进行数据的初步建成。

### 5.2.2 盈利方式

同济大学社群平台在运营初期，我们需要一个被同学们和学校知道了解并信任的过程，在后期的运作成熟之后，我们的盈利模式主要有以下几点：

（1）合作收益

我国高校数量极多，都是我们平台的潜在使用对象。这些高校使用我们的评教系统将会给我们相当的收益，而这些收入将会投入到新的功能研发、平台维护中，让我们的平台更加完善，吸引到更多的高校使用。

（2）精准广告投放

使用我们平台的是各大高校的学生且人数众多，我们可以与教育机构等合作，在平台中精准投放广告，点击量一定会维持在较高的数量，这将为我们的平台带来相当可观的收入。

# 六、运营规划与实施

## 6.1 推广策略

### 6.1.1 前期推广

在项目起步阶段，由于项目规模较小且资金不足，我们选择首先在同济大学校内进行推广，具体方式包括在学生交流群中推广，在校内租用宣传栏，在学生人流量大的地方（如食堂、教学楼等）摆放立牌、发送传单等成本较低的方式。

由于推广目标完全符合产品目标用户，且目标用户在这方面有极大需求，所以前期推广的效率较高，可以较快速积累初期用户。

### 6.1.2 中期宣传

在项目发展中期，在同济大学校内积累一定用户量且开始产生利润后，我们将在上海市内各高校进行项目宣传推广。我们拟采用在各大学校园内租用宣传栏，在学校校内app中投放广告等方式进行精准推广，期望项目产品在上海市内的大学之间开始流行。

### 6.1.3 后期宣传

在项目发展顺利，产生一定较多利润的情况下，我们拟逐步在全国范围内推广该项目。宣传推广方式包括在大学生用户比例较高的主流社交平台上（如知乎，贴吧，微博等）投放少量广告，并在大学数量较多、高等教育发达的城市的当地应用软件及网站上定点投放广告，且在选择应用软件时应尽量选择大学生常用的产品。

## 6.2 运营规划

# 6.2.1 服务内容迭代

我们的项目在初期仅提供对同济大学校内各课程及教师的评价功能，以期项目能够快速上线运营，尽早开始提供服务并积累用户。

在论坛板块开发完成之后，我们将新增论坛版块，为用户提供发帖和评论服务，能够让用户更好的对课程和教师进行评价和了解。

在同济大学校内能够稳定运营之后，我们将逐渐加入其他高等院校的课程评价系统，开始为其他高等学校的学生用户提供服务，以期扩大项目规模。

### 6.2.2 提高用户黏性

我们的项目核心内容为对大学课程和教师进行评价，所以使用高峰期主要集中在每学期的选课阶段。但由于大学生每学期都有选课需求，且市场上并没有同类型的产品服务，所以用户对我们的项目有很强的依赖性，即一旦接触过我们的项目后，之后的选课期间很大概率会继续使用我们的项目。

（1）论坛功能

针对我们的项目具有用户黏性高但使用时间集中的特点，我们采取加入论坛版块的方式提高用户在非使用高峰期的用户黏性。通过论坛功能，用户能够在非选课期间发帖，对某课程或教师进行实时的评论，并让其他用户进行回帖。由于用户可能会在某一时间点对某授课教师有发帖评价的欲望，且发帖后需要经常查看是否有其他用户回复，所以可以期望论坛版块可以让用户产生在非使用高峰期时有使用我们的产品的意愿。

（2）提供学校通知转载服务

由于大多数高校的官网通知查看起来并不方便，且一般情况下在通知发布之后除了在师生群中发布公告外没有其他提醒办法，所以我们定期查看学校发布的新通知，将其转载至产品中并通过app消息推送提醒学生有新通知，以吸引用户使用我们的产品。