Ph-COOH团队

新一代影视服务网站建设

第一次会议纪要

议题：“构建新一代电影购票与影视服务网站”

时间：2017年3月20日

人员：全体成员

核心目的：

1. 找到一个直接改进购票过程体验的亮点；
2. 找到一个辅助性亮点业务，帮助系统获得新流量或减少流量流失。

主要内容：

1. 商议核心议题；
2. 确定小组成员角色分配；
3. 完成团队工作内容的定义；
4. 任务分配与合作。

会前准备知识：

唐鑫：线上电影销售额占比增长迅速，其发展经过探索期和启动期，趋于稳定，接下来的增长重点在于三五线的需求挖掘。现有的购票网站不能获取更多实时的信息，如在线票务的动态变化量。

张宸：就现有线上电影购票系统来说，其实已经比较完善，购票过程也比较流畅。出于人性化的考虑，我觉得可以加一个功能，就是在电影开始前的半小时或一小时给购买了电影票的用户发一条短信提示，这样可以提醒一些时间观念比较差的用户，同时也让用户感到更加的人性化。

会议过程：

在本次会议中，小组成员们集中讨论了各种任务的定义和分工，以及我们的电影购票与影视服务应用的改进方案。

结合我们的调查报告我们可以发现，对大学生而言，其看电影的核心痛点在于昂贵的票价和看电影结伴的难题上，能够不受这些约束的同学，都能保持一定频次的电影消费。另一方面，在电影的选择上，很大受制于电影本身的素质，如情怀因素、制作水平因素等，现有客户的新的需求开拓相比之下相对潜力有限。因此，如何培养占比接近一半的极低频观影者的消费习惯是我们获取新流量的最直接手段。

对此，会议的一开始大家提出了以下建议：

1. 在购买完电影票之后，现在的购票系统都会有提前一小时，半小时，20分钟的广播通知你去看电影，所以，我们可以考虑在每次通知的时候，可以选择是否需要打开链接到嘀嘀打车，或者ofo小黄车的在线预订平台；
2. 在购买电影票时，可选择是否需要观看在线或者离线下载本电影官方预告片，然后再选择是否有兴趣购买电影票；
3. 使用实名认证电影票购买，选择观影位置的同时，多一项选择：性别，并且在选座的时候就可以看到已选座位置上买主的性别。

出于可行性和收益性等原因，以上提案被不同程度上地延缓或否决了。随后，我们进入一对一提问-质询讨论环节，考虑可行的方案，最终，我们决定增加以下主要特性以改进购票过程：

1. 提供电影相关周边的网上售卖，并提供电影票的捆绑套餐；
2. 提供电影票速递的服务，让用户在关键时刻能够直入放映厅，毫无阻碍；
3. 提供寻找同好一起观影，并团购票券的服务；

此外，我们还希望设立以下的亮点业务，使我们的应用更具人气：

1. 与当地院线合作，售卖VIP服务，凭VIP身份可以外带零食入场；
2. 提供观影过程中的留念服务；
3. 提供电影周边信息在应用上，如背景故事、槽点、幕后故事等。

在确定了项目改进的方案之后，我们进行了项目角色分配的商议，并当场制定了团队建设文档，并对项目内容进行了初步的划分和分工。

最后，针对眼前的材料提交需求，我们简短进行了任务的规划和分配。会议到此结束。

版本更新记录

|  |  |
| --- | --- |
| 17/03/21 | 初稿 |
| 17/03/26 | 添加了封面 |