

# 行业研发规划

---

行业研发

2018-03-03

# 目录

部门定位

产品思路

后续产品方向和研发计划

# 部门定位

---

# 整体目标

- 目标 (Objective)
  - 为了获取更 **可靠的供应链**, 利用主办相对 **廉价的线下流量**, 我们需要深入主办日常工作流程, 在各方面给其提供服务, 提高与主办合作的话语权。
- 衡量标准 (Key Result)<sup>1</sup>
  - 票务系统合作数
  - 现场购票合作数 & 订单量
  - 分销系统合作数
  - 闸机合作数

---

<sup>1</sup>衡量标准不好可调整

# 2018 年业务部门 KPI

- 合作主办数: 全国 500 家主办
  - 当前 267
- 销售订单量: 25 万
  - 当前 17940 (1.8 万)
- 盈利额: 100 万
  - 当前 84827 (8 万)

# 行业线研发的职责和工作

- 制定产品计划，负责 推进产品推广，跟综后续产品的支持与优化
- 落实 具体的产品研发任务，按时按质按量完成研发工作
- 支持 业务部门达成其 KPI

# 行业线研发 2018 目标

- 主要变化 [?]
  - 研发 基于项目做开发 -> 业务 基于产品做推广
- 目标 (Objective)
  - 一款成功的主办产品
- 衡量标准 (Key Result)
  - 主办用户数达成 500
  - ?

# 产品思路

---



# 整体思路

给主办 提供各种服务, 促进合作, 从而 利用主办流量

# 已有产品分类

- 流量获取
  - 现场购票
  - 闸机入场
  - 旗舰店/小程序
- 提供服务
  - 售票服务, 含补贴 提供渠道流量, 适合单纯想增加一些销量的主办
  - 销售统计/分析 增值服务
  - 会员运营/触达/唤醒 增值服务, 适合有一定品牌, 持续有项目有固定用户群体的主办
  - 分销系统 适合线上 api 渠道人工同步复杂, 线下渠道管理困难的主办
  - 票务系统 适合无电子票系统, 无票务系统的主办

# 已有产品体系

- 现场购票
  - 现场购票 + 主办小程序 + 数据统计 + 会员体系 + 用户触达
- 渠道分销
  - 线下渠道分销的管理
  - API 对接的研发能力
- 主办行业系统 + 票务系统
  - 闸机入场，打票机

# 现有推广策略

- 找线下流量、腰部主办做突破口
- 优化有亮点的产品：现场购票、轧机、打票核销
- 推广渠道分销，目标能对接几家较大的渠道

# 后续产品方向和研发计划

---

# 分销系统

- 支持线下二维码渠道分销的端到端流程
- 3 月中下旬完成开发



## 其他待调研