

## 二、需求分析

用户	场景	问题	解决方案	需求优先级排序	需求优先级排序理由
有消费意愿的新用户	用户受到朋友推荐使用网易云音乐，打开后想收听自己喜欢的歌曲时	发现歌曲变灰，歌曲无版权	1. 引导新用户使用音乐云盘功能上传自己喜欢的歌曲，在新用户登录后就介绍音乐云盘的使用方法 2. 上传网易云音乐平台上的音乐人翻唱版代替	P0	从用户调研结果以及用户反馈可以看出，版权问题是大多数用户最不满意且让部分用户转移到其他平台的原因
		歌曲需要充值才能收听，新用户愿意付费但是认为新用户应该有更多的优惠	对新用户增大优惠力度，如推出与优酷/爱奇艺等其他视频平台推出联合会员卡；购买黑胶VIP赠送“因乐交友”VIP一周试用券；赠送网易云课堂/考拉海购/网易严选的一周试用会员或购物优惠券	P0	会员用户的充值消费是音乐类软件的主要收入来源
没有消费意愿的新用户		歌曲需要充值才能收听，用户不想付费，认为我只想听几首歌就充值一个VIP不划算	给新用户黑胶VIP试用15天体验卡（到期自动续费，可随时取消），让用户体验VIP的各种特权，刺激消费	P0	

有社交需求的用户	想认识和自己有相同歌曲品味的朋友，使用了因乐交友这个模块	很多功能都要收费，VIP 才能用，但是 VIP 与黑胶 VIP 是独立的，认为收费与获得的权益不匹配	将两个 VIP 进行一定程度上的联动，比如买包年因乐交友 VIP 或者包年黑胶 VIP 赠送另一个 VIP	P2	音乐社交板块目前使用的用户还不是很多，并且频率还比较低；
		匹配的人和自己的音乐品味不同	在注册功能账号时，询问用户是否同意将网易云音乐原有的用户标签，喜欢听的歌曲、歌手同步到因乐交友功能中	P2	
没有社交需求的用户	只想自己安安静静听歌，其他的东西都不想	只想听歌，但是界面功能杂乱，总是在我的模块里面不小心点到因乐交友	在我的模块，我的音乐这个功能下面支持用户自定义模块顺序，自由增减模块，比如可以增加每日推荐、直播等等，也可以自由删除模块；	P0	用户反应功能界面过于杂乱，并且只想听歌；可以让不喜欢社交的用户把社交模块移走的功能放到更明显的位置

消费过的老用户	续费黑胶VIP	想续费但是发现价格无优惠，不知道怎样才能获得优惠券	1. 在续费界面的优惠功能中，为老用户介绍优惠券获得方法，在个人账户-优惠券功能下除了展示用户拥有的优惠券以外，还向用户介绍优惠券的获得方法。 2. 增加老用户优惠券获得渠道：连续签到 7 天/14/21 天/28 天得 5 元/10 元/15 元/25 元的优惠券；评论被选入云村热评墙可获得黑胶VIP一个月试用券；	P0	会员用户的充值消费是音乐类软件的主要收入来源，除了刺激新用户消费外，也应该用一些优惠手段留住老用户
使用评论功能的用户	看评论功能	发现评论质量不高，有广告，还有粉丝在评论吵架	1. 将举报功能放到评论的右上角 2. 增加屏蔽用户的功能	P1	用户群体数量多，但是不影响软件整体使用的稳定性，改进的话可以提高用户体验
使用搜索歌手功能的用户	想搜索一个特定歌手	只记得歌手的姓，不记得全名	在歌手分类中右侧增加以歌手首字母拼音寻找歌手的功能	P1	根据用户调研结果得出，60%的用户使用搜索功能，并且其中 62% 的用户有意愿去使用首字母拼音搜索歌手，但是不是基础功能，改进的话会给用户带来更好的用户体验

使用收藏歌曲的用户	用户点开推荐的歌单后，想在歌曲列表中查看一首歌是否被收藏过	用户在歌单浏览歌曲界面的歌曲列表中发现自己不记得是否收藏过这个歌曲	歌单浏览界面-收藏到歌单界面，若这个歌曲已经被用户收藏，我喜欢的音乐左边的小心变为红色填充的实心，若没有被收藏过，则为空心。	P1	用户群体数量多，但是不影响软件整体使用的稳定性，改进的话可以提高用户体验
-----------	-------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------------------------------------	----	--------------------------------------

# 策略产品需求问题

策略产品需求问题	待解决问题	输入	计算逻辑	输出
云村广场推荐策略	从广场上的不同种类的内容中找出用户感兴趣的内容	用户画像，用户听歌种类、风格，收藏记录（收藏的歌曲、歌手），听歌记录	用户画像，大数据算法	将内容按用户可能的喜爱程度从高到底放在云村广场中
视频推荐策略	从不同类型的视频中找出用户感兴趣的视频推荐给用户	用户听歌标签，热播视频，当前直播视频	用户画像，视频的标签与用户听歌标签的匹配度	将视频按用户感兴趣的喜爱程度由高到底推荐给用户，在视频右上角标出视频的Tag
营销策略	让用户了解并使用网易云音乐	用户画像，市场与竞品分析	利用线下活动，结合用户画像与网易云音乐发展方向进行线下活动营销	网易云音乐与海底捞和奈雪的茶进行跨界营销，在线下门店用 App 扫码进行留言，结合 AR 技术浏览其他人发布的小纸条
搜索策略	提高用户搜索歌曲/歌手的用户体验	用户听歌风格标签，常听歌曲，搜索的历史记录，热搜榜	内容关联，实时热点，用户画像	在搜索栏中推荐用户喜欢的风格的歌曲，呈现热搜榜与搜索历史记录；在搜索栏中呈现搜索联想，自动改正错别字以及支持模糊词语搜索
黑胶 VIP 会员等级制度策略	根据用户使用 APP 情况，制定会员等级	用户听歌时长，登录天数，使用 APP 的时间	用户使用 APP 的时长，听歌数量	在不同等级设定不同的会员权益，鼓励用户付费、续费