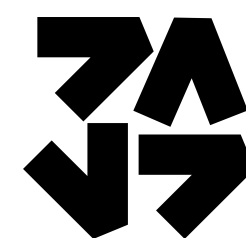


空子吟

學 習 空 間

Part1 品牌目标受众



我们的基本消费群体是16-28岁的追求学习效率的青年消费者群体。

这个消费者群体的多为大学生、初入社会的白领。

用户有一个特定的学习目标：大学生来此的目的一般是考研、考公和复习

白领在这里自习多为准备各种职业资格考试的考试、在职考研或者公务员考试。

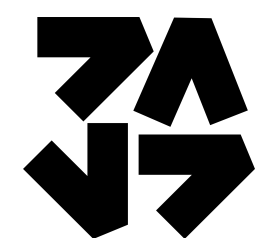
他们处于一个学习知识的快速上升期，受教育程度较高，对学习效率有着较高的追求。

同时需要大段的、完整的时间来进行学习完成来知识转化。

但收入还较为有限

用户痛点

- 1、免费的公共空间拥挤，面临占座难题；
- 2、生活环境不一定安静，影响学习效率；
- 3、月可支配收入在2k-10k不等，但普遍偏低；
- 4、需要节约时间成本，例如通勤；
- 5、独立学习缺乏氛围、团队鼓励性。



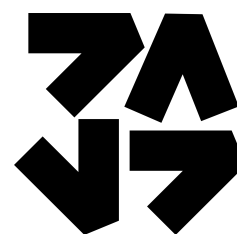
拥挤
安静

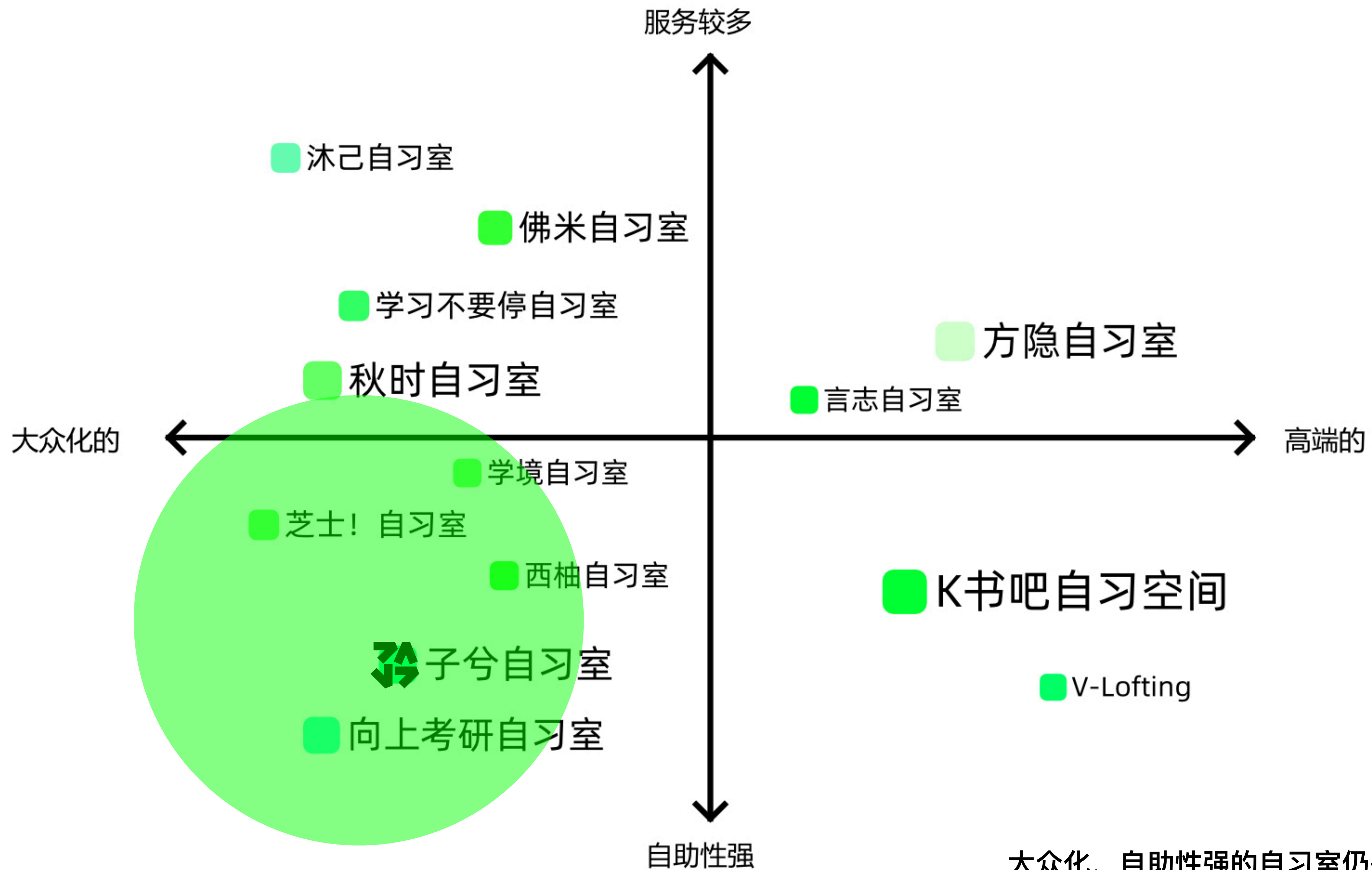
占座

偏低

时间成本
氛围

Part2 品牌定位





大众化、自助性强的自习室仍是主流

定位：高效学习的陪伴者

品牌个性：高效的 · 负责的 · 果断的 · 细致入微的 · 有干预的

经营策略：

签订学习承诺

建立用户筛选机制

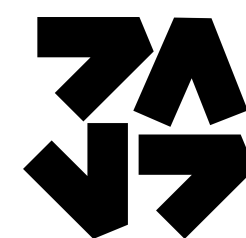
设定用户准入门槛

目标用户的差异化

加强目标用户的身份认同感

与目前市场上大部分自习室的自由无政府状态相区别

提前建立用户的心理预期



品牌定位描述

公司及产品

子兮·自习室

目标消费者

期待能高效学习的年轻顾客

关键利益的差异

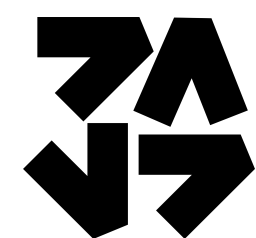
干预性强和便利

定位语

高效舒适学习空间



Part3 品牌信息



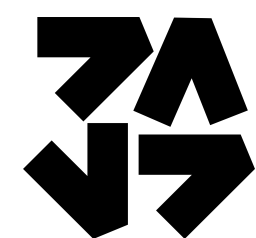
功能属性

舒适独立安静高效的学习环境
监督学习的外部干预
增强目标证书所需的知识熟悉度
考研实力的增强
增强职业技能

情感利益

高效独立学习的习惯养成
对未来的期待和信心
个人能力的提升
和志同道合之人的联系

Part4 品牌个性



责任 效率 高标准 真诚 关注



子兮自习是学习的高效率陪伴者。

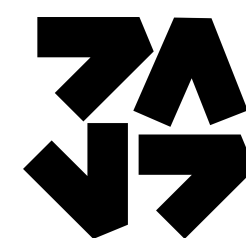
相较于其他自习室的自由，子兮自习更加严格。

拟人化的子兮自习就像一个高标准的班主任，首先她对自己的学生有一定的要求——思想层次不够高，目标不够明确的学生勿入。

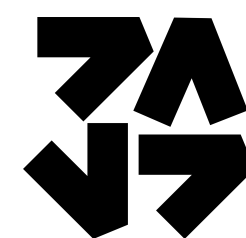
但通过严格的准入制度后，她又会以专业、责任的标准来要求自己，培养学生。

她绝对的真诚，衷心希望自己的学生都能通过自己专业的帮助有所进步。

子兮的愿景就是以自己真诚的态度对客户负责，通过一些约束的手段成为用户提高学习效率的助力，以严格准入、持续关注的自习室经营方法成为市场上的高质量自习室。



Part5 品牌精髓



高效 约束 建立自主性



情感性修饰
有责任感的

描述性修饰
自主学习

品牌功能
提供学习环境 交流平台 学习方法



这是一家自习室。这不仅仅是一家自习室。

大部分自习室提供明亮整洁的学习环境，这些我们有。

学生时代的专注紧张的学习氛围、科学安排的休息时间、甚至是来自老师的敦促——这些我们也有。

与其他无政府主义的自习室不同，子兮自习会一定程度上约束你的自由，以便你更快进入长期的心流模式，进而提高你自主学习的效率。追求高效是我们的愿景，帮助客户是我们的使命。效率即是生命。

