

京东校园特权产品优化表

姓名：陈凯	年级：大三	京东用户	认证成功
产 品 优 化 方 案	<div>第一部分 产品方案介绍</div> <div>1.方案简介</div> <p>本方案，针对京东金融旗下的校园白条，进行产品分析和用户体验调研后，得出数据，总结出的优化简案。</p> <p>优化方案包括 6 个部分：</p> <p>产品定位，产品需求，产品功能和内容，流程优化，视觉体验优化，物流售后建议。</p> <p>需要花 10 分钟左右阅读。</p> <div>2.本方案的数据和资料来源</div> <p>一共三个方面：自己对京东校园白条的长期关注的提炼；二手资料收集；调研问卷，25 日到 27 日调研的反馈资料和数据分析。</p> <div>3.优化的考虑的因素和思路</div> <p>信用评级的标准——开通的邀请——开通资格的审查——申请流程——申请的流程优化——申请失败处理问题——申请的个人信息管理——毕业生身份变换后的信息处理对接——资金管理大学生理财意识的培养——使校园白条成为京东未来几十年用户发展的蓄水池——金融社交，社区发现动态——支付方式——支付流程——风控——降低资金成本——运营方案——物流——售后。</p>		

第二部分 产品优化的方案具体措施

一．产品定位和理念优化

用户进一步区分：

- 大一新生是重点（需求最大，调研中，有详细的列举出来了，新生的市场是大学生市场上应该优先关注的对象，但是有一个问题是，让新生快速知道京东校园白条的品牌，需要强运营。）；
- 毕业生也有特殊需求（毕业礼物，毕业拍照，毕业旅行）；
- 要重视大学情侣用户，这是一个单个交易量大，买成功率高的群体；
- 研究生和本科生也有不同需求，研究生年龄增大，需求更加成熟化。

根据生活费额度数据调查，区分用户信贷额度，生活费多的用户，还款能力要强一些。在个人信息中心，可以增加一个生活费额度的选项，让用户真实填写，后期通过消费验证该用户的消费能力。然后给予准确的信用评价。

二. 需求细分，专业化

校园电商需求有明显的**特点**：

- 大学生的需求有明显的阶段化；
- 需求和购买有明显的上限；
- 尝鲜用户特别多，
- 对电商的物流特别敏感。

优化方案：

A. 需求进一步细分，可以针对大学生入学时间，学期时间，重要节日，重要时间，划分专题需求。针对白条用户进行需求唤醒，刺激这些用户的潜在欲望（需求）。

B. 针对需求和购买能力上限的痛点，在宣传和推广的时候，可以将京东校园白条的使命植入进去，在学生用户群当中固化校园白条的理念。帮助学生用户完美的解决这两个痛点。

C. 尝鲜用户，不一定是忠实用户，这类需求，必须加强信用体系的监督，首先必须是京商城的固定用户，有足够的信誉，在这个风险控制基础之上，给予尝鲜用户特权，做好尝鲜用户的留存，让他们成为京东白条的品牌宣传者。

D. 目前京东派的物流解决了一部分京东用户的物流需求，但是我所在的学校的京东派，并没有在学生中有好的口碑，针对京东派物流，最后会给出建议。

三. 校园白条的功能和内容优化

优化点：

1. 京东白条在京东金融业务在，隐藏太深，不容易查找。需要平衡京东商业布局 and 用户需求之间的关系。

作为学生用户，我并不需要京东金融 APP 某些功能，同时也不容易找到想要的功能，我有可能会转向一些细分的金融产品。京东金融 APP 可能还需要进一步考虑用户使用习惯，增加个性化、智能化因素，让商业目标与用户习惯达到良好的平衡。适当做减法，突出核心功能，才有核心竞争力，做出与其他金融产品不一样的特色。

2. 增加金融社交功能，为白条增加各种支付场景的支持。

加入一些社交元素，增强客户端的社交能力；社交会为金融支付提供多种场景，同时也会增加用户的使用频率，用户高频率使用的产品，具有强需求，好玩儿，更便宜，更快，更重要，更方便的特点。

3.增加**管理生活费**，管理财富，管理白条，支持大学生**财务流通**的功能

因为使用频率比较低，一般情况下我不使用，占手机内存，核心问题——大学生缺乏财富管理意识，虽然京东金融提供了金融一站式解决方案，但是并没有侧重于培养大学生的**理财意识**，还有一方面，客户端没有粘性，可以考虑代替学生，管理生活费，管理闲置财富，管理大学生和父母，大学生之间的财富流通。**用户使用互联网产品从本质来说也是为了借助互联网管理自己的生活。**

4.智能化，个性化**匹配用户喜好**，用户可以定制某些功能

为大学生用户定制个人中心，进去能够第一时间展示大学生感兴趣的页面。比如，学生理财方面的资讯，学生闲置金钱的管理，甚至关于大学生的创业问题的资讯，吸引学生用户。潜移默化地培育用户使用习惯、理财思维，增加用户粘度。**用户总是会希望自己能够得到差异化的东西，满足用户的被尊重的需求，以用户为主导。**

5.增加学生用户专题内容，提高用户粘性——在资金紧张的情况下，京东平台成为购物首选

6.完善评估信用体系，增强京东的风险控制能力，同时也为学生着想。培养学生对信用档案的重视。

四. 校园白条的流程优化

1.激活流程再简化，进一步缩短时间。在用户激活前填写的信息时，只采集用户的姓名，电话，身份证号，首先给用户一种方式简单的印象。当用户使用白条时，再让用户填写详细信息。这个时候，用户会更加愿意填写。**流程的优化的竞争力就在于步骤足够的少，速度足够的快。**一个轻微的调整，会有不同的体验，当然工程量不小。

2.上面的一条的建议需要有一个强大的信用评价体系的支持，当一个用户信用得到能够开通校园白条资格的时候，系统采取主动推送给用户的方式，电话推送或者客户端，让用户一键开通。这个必须建立在较为准确的信用评价结果之上。**目前校园白条与教育部的学信网合作，可以从学信网导入学生用户的部分数据，作为评价和开通的信息依据。身份证上传照片的方式认证，不管线上还是线下，还是不够优化，希望白条团队能够通过信用评价体系，去掉这个步骤。**

3.线下激活，增加预约功能，加强认证人员的产品素养。让用户可以体验到更专业，更贴心的服务。

4.线上预约，可以增加一个标准的视频指导动画，或者人工操作流程动画，让用户先看，在这个基础之上，人工在参与指导，提高效率。用户在使用产品时，更需要只有独立的空间，有点像挑衣服，喜欢自己先挑。

2.客户端的部分页面，点击后，进入相应页面，回不去，出现死循环，除非强行关闭客户端（白条客户端），这种流程的话，会是致命的。用户会直接放弃使用。

18:44

58.5% 52

18:51

5.67% 50

大牌免息购

白条连击



五. 校园白条的视觉优化

1. 导航栏不够突出，京东金融下产品种类太多，应该在导航上在明显突出一下当前浏览的产品页面。



2. 楼层导航左侧，文字写在深颜色上，不够明显，而且，二级导航条盖住了标题一部分。




3. 商品页面，有必要加上价钱，让学生用户知道该商品的价格，同时还可以加上，白条优惠信息，近期该商品降了多少。

18:22 0.12% 58


校园白条 1490大礼包

¥474.00起 ×12期









Apple iPhone 6s (A1700) 64G 深空灰色 移动联通电信4G手机

¥174.00起 ×12期



华为 P8 标配版 烟云灰 移动联通4G手机 双卡双待

 <p>Apple iPhone 6s Apple iPhone 6s (A1700) 64G 玫瑰金色 4G手机 官方标配 京东价：¥5688</p>	<p>购物之前记得领券哦</p>	
 <p>华为 P8 标配版</p>	 <p>vivo Xplay5 全网通</p>	 <p>小米5 全网通标准版 3GB内存 32GB 移动联通电信4G手机 骁龙820处理器, 4轴防抖相机 京东价：¥2349</p>
 <p>乐视 (Letv) 乐1S</p>	 <p>三星 Galaxy A9</p>	

酷“装”数码，潮流生活

[点击进入 >](#)

¥100 打白条(全品类) 满1900-100

¥300 打白条(全品类) 满3000-300 一分12期使用

12 打白条(全品类) 期免息券

4. 移动端，白条接口太多，不容易辨认，如果我是学生，上去找校园白条，很显然并不好找，可以考虑，用不同颜色区分一下各种白条，或者分一个类。同时要在这些卡片导航上指示一下用户点击进入专题页面。（分别来自京东金融客户端和京东商城客户端）



5. 校园白条商品页面，颜色很怪异，分辨率很差，应该是更前端页面处理技术有关，看起开质量很差，前端是把整个图片连同文字都塞进线框里，才导致这种难看的效果，明显是没有做好视觉效果（来自京东金融客户端）

× 校园白条 1490大礼包

× 校园白条 1490大礼包

¥10 满199-10 3期免息券 6期免息券

 <p>美特斯邦威印花短袖T恤 美特斯邦威美国队长系列 2016夏装新款MTEE 漫威前胸印花印花短袖T恤 京东价：¥69</p>	<p>▲</p> <p>购物之前 记得领券哦</p>
 <p>a21 以纯男装上衣</p>	
 <p>匡威官方Chuck Taylor</p>	 <p>韩都衣舍短袖T恤 韩都衣舍2016 韩版女装夏装新款 字母卡通宽松短袖T恤 京东价：¥79</p>
 <p>VANS/范斯帆布鞋</p>	 <p>茵曼 2016 百搭长裤</p>

校园“潮”我看
全场再享7折起
学生专享！

 <p>Apple iPhone 6s Apple iPhone 6s (A1700) 64G 玫瑰金色 4G手机 官方标配 京东价：¥5688</p>	<p>▲</p> <p>购物之前 记得领券哦</p>
 <p>华为 P8 标配版</p>	
 <p>vivo Xplay5 全网通</p>	 <p>小米5 全网通标准版 3GB内存 32GB 移动联通电信4G手机 骁龙820处理器，4轴防抖相机 京东价：¥2349</p>
 <p>乐视 (Letv) 乐1S</p>	 <p>三星 Galaxy A9</p>

酷“装”数码，潮流生活

点击进入>

¥100 打白条(全品类) 满1900-100	¥300 打白条(全品类) 满3000-300 -----分12期使用-----	12 打白条(全品类) 期免息券
----------------------------	--	---------------------

六. 校园白条物流，售后优化

京东特别物流——京东派，我所在学校门口，就有京东派门店，但是并没有特别的引起学生用户的注意，学生除了享受京东派的物流免费外，京东派的价值并没有得到有效的利用。

京东派，在解决大学生物流自提，京东特别商品展示，电商校园营销，支持校园金融创业，连接众筹四个校园需求痛点的同时，应该考虑门店的质量。和对这些创业门店的，代理门店的监管。产品的质量和体验是品牌传播的保证。

京东派应该进一步对接校园白条，线下认证的业务可以和京东派放在一起。京东派的不仅是创业，更应该是京东校园电商的代言人，可以在校园创建电商相关的沙龙活动，或者借助校园活动，京东派的宣传和京东校园白条的宣传走进活动课堂。

七. 总结

通过三天的调研和数据的分析，以及自己平时对电商的学习研究，过往的电商创业经历。给出了以上一些简单的优化建议。在调研的过程中，我更加深入地了解大学生电商市场，这是最有意义的事。

附：方案提供者简介

陈凯，男，武汉大学，大三学生。大学主修电子商务，经济学双学位。对互联网金融行业，电商行业非常感兴趣；

2013 年创办过一家面向校园的电子商务公司，取得了不错的成绩；

在 **1** 号店有过产品实习，主要参与了 **1** 号店高校电商项目；

2015 年，先后策划了校园旅游产品和知识共享经济产品。

对校园电商，有一定的深入了解和研究。目标是成为一名专业的电商产品经理。