

# 目 录

## 一、产品特性

——共享性、规范化

## 二、用户筛选

——资质型、口碑型、审核型

## 三、地推方案

——有目标的单个击破、  
无目标的电话拜访或传单分发、  
通过用户传播，任其发展。

## 四、盈利模式

——主营业务免费、增值业务收费

## 五、技术要求

——身份切换、GPS 地图、即时通讯、发布功能、  
强制互评、日历管理、支付功能

## 六、团队设置

## 七、成本核算

## 八、资金筹集

## 一、产品特性：

### 1. 共享性

教育类资源集合发布平台。——课外辅导、课后看护。

产品是一种共享经济型的信息平台，类似于 AIRBNB 或 UBER。由个人提供冗余资源分享给其他用户。基于本产品的共享内容就是——教育资源（例如，课余补习）或课后看护（例如，下课放学的晚托直到家长来接的相关服务。）

当然，平台除了发布个人用户的信息以外，也可以接受企业机构的信息发布。

### 2. 规范化

教育市场不断的以它的节奏蓬勃发展，目前主流的教育资源分为 3 种：综合型的机构教育、灵活型的个体行为、针对型的学校课后延展。

综合型大机构，它的优势是服务规范——提供发票及第三方监督，课程选择多——考证，学业辅导，兴趣学习应有尽有。

针对型的学校课后延展，优势在于下课后直接在校辅导——方便省事，辅导的人本身就是老师——信赖度高。

而灵活型的个人行为，如果解决了“规范化”，可以同时具有以上所有的优点，甚至是犹过不及。如果能解决其“规范化”的软肋，便能促进在教育方面的社会资源的合理利用。通过一个规范化的平台，整合尽可能多的个人行为，形成一种可靠的社会资源，“幼有所教，壮有所用”。因此规范化是平台存在的理由，也是平台需要去解决的一个问题。

## 二、用户筛选

本平台共享的商品是教育资源，其第一使用者就是学生。特别是课后看护，更是会接触很多低年龄的小朋友。因此，除了提供这样一个平台，发布整合各类信息之外，我们还应该对于在该平台上发布信息的用户严格筛选。要将规范化作为我们终极目标，由始至终贯穿在我们的产品上。

目前，设计的筛选项目有以下几项：

1. 所有个人用户需要提供身份证件，企业机构需要提供相关的（教育类）的营业执照等。
2. 资质型：目前或曾经在校做过老师的个人或拥有相关行业营业执照的企业机构。
3. 口碑型：发布人线下已从事了相关行为超过一段时间（已开班授课）。有一定的学生基础。可以通过若干名学生推荐。将线下课程线上发布。
4. 审核型：发布人为信息发布城市常住人口（拥有当地户口）。教育资源提供地为本人拥有的不动产（即不可以租赁房作为教育地点）

## 三、地推方案

### 1. 资质型

潜在机构客户，可以直接利用 58 同城或其他综合类信息发布平台，电话陌生拜访。

潜在个人客户，希望可以通过以点由线再到面的方式地推。在成功发展一位老师之后，可以带动他身边的老师，因此关键人物的选择十分重要。该类挖掘需要动用人脉关系，前期以个人人脉为主，后期可以直接联系学校（前提是平台已经具有一定规模）。

### 2. 口碑型

下课后学校门口针对已有的线下从业者，发些传单。信息网站上找相应信息（58 同城、大众点评），电话拜访。

### 3. 审核型

此类用户在平台有一定的流量后，应该让他自行发展，不需要放太多精力在他们的地推上。他们的推广可以与信息使用者类用户一起开拓。

#### 4. 信息使用者的用户地推

- ① 传单(校门口、培训机构门口);
- ② 门户推荐(微信朋友圈);
- ③ 口碑推荐(让有小孩的朋友在家长群里推广,发下名片)。

该类推广应该是在平台有一定资源发布的情况下,再去进行。

#### 四、盈利模式

主营业务,应该且必须做成免费的。因为小朋友教育和 airbnb、uber,有不一样的地方。不论旅游还是用车,多数情况下都是一次性交易,因此需要依赖第三方机构承担担保责任。通过每一次的担保,平台收取一定的费用,合情合理。

但是教育,是一个长期持续的过程。如果按笔收费的话,很有可能导致双方最终跳过平台,独自完成交易。与其这样,还不如直接免费。通过免费来吸引客户,扩大平台的流量。在完成客户粘合之后,平台可以通过广告位出租或一些增值服务创造收入。卖广告不需要多做阐述,简单说一下增值服务的创收。可以先从以下几点实现。

- 1. 保险投保:小朋友的人生安全类险种的,集体险投保。
- 2. 实时监督:老师家里安装一个摄像头,家长可以通过特定的软件实时监督。
- 3. 接送服务:家长如果无法接送的,我们可以提供类似服务。初期,限 10 分钟步行距离。
- 4. 开票功能:还是一个规范化的问题,把原本小作坊式的模式放到阳光下。规范化一定是以后的趋势,只有坚持规范化才能让平台做得更远、更久。

#### 五、技术要求:

##### 1. 身份切换:

身份切换功能指的是,用户通过统一界面进入帐号后,可以随机切换资源提供者或资源获取者的角色,也就是可以由在“信息发布者”与“信息使用者”之间转换。

##### 2. GPS 地图:

静态地图罗列。用户可以通过地图,清楚地看到周边或指定地点附近提供类似服务的老师分布及简单信息(价格、距离、评价、老师类型、开班人数等)。同时通过筛选选项,让家长更快的找到贴合自己需求的资源。

##### 3. 即时通讯:

###### ① 聊天功能。

实现用户通过公众号进行相互之间(较重要)、与客服之间的交流。

###### ② 实时视频监督

这个功能是基于安全考虑的增值收费服务。我们可以在老师的家里安装摄像头,接入 WI-FI,然后家长通过平台可以看到自己小朋友上课的情况。

##### 4. 用户发布功能:

用户上线首次发布需要后台审批。但之后的信息编辑及修改,可以让用户直接操作,而无需后台进行编辑推送。确保平台信息的即时有效性。

对于发布比内容还有项目的强制性,为了规范平台的信息格式。就是有些项目是必须填写的(价格、距离、评价、老师类型、开班人数等)。发布信息中的有些项目为不可更改项,此功能是基于安全性的考虑。如授课地点,老师资料等项目必须后台审批后,才能确认更改。

##### 5. 强制互评:

每一次实现一个新的交易,买家与卖家必须经过强制互评后,才能继续正常使用平台。希望通过这个,建立一个有效评价评级体系,其主要作用在约束卖家。通过口碑,创造安全的交易环境。

6. 日历管理：通过推送功能，起到提醒作用。
7. 支付功能：用户可以选择通过平台直接支付。或按月/次代扣，旨在“养懒”用户。
8. 推荐算法：

能否在系统中设计一种推荐算法。即可以通过信息使用者的需求，及信息发布者的评级及授课内容等，在客户自行检索的同时，提供“猜你心思”或“最优推荐”等推荐列表。通过这一功能，体现平台在信息方面的约束力，从而提高用户对于平台的依赖度。

类似的可以参考大众点评网上的各类榜单，或豆瓣电影的“猜你想看”等。

## 六、团队设置

目前还在招募中，还需要一定数量负责推广的人员。该工作应该是2月份的重点，希望能在2月份里完成。

## 七、成本核算

目前平台是以合伙人形式运行的。所以平台的成本应该只是软件制作与维护中产生的费用，及在推广时候，需要影印的相关宣传资料。

## 八、资金筹集

在平台正式上线，达到一定流量的时候，可以考虑通过引入资金的形式，扩大平台规模。但是这算后话，目前阶段，我们需要解决的应该是团队组建及初期推广，提高用户数量。