购买门票APP

**问题描述**

1. A市的居民平时娱乐活动项目很多，如看电影、洗浴、体育、ktv、音乐会、演唱会等等。在购买这些娱乐活动的电子票券时，他们需要在相应的主办网站上进行抢购或购买和下载二维码。

（1）如果是需要进行抢购，需要设置数量和时间（2）如果购买人数过多系统容易崩溃。

1. 虽然目前这些软件更新的较为迅速，也发展比较完善；但这些成熟的软件尚未存在如下不足：

（1）购买进入选择数量和位置的界面时，就无法看到实时的票剩余情况（2）发布的商品过多不易找到自己要选购的板块（3）如果是专门的抢票网站，一旦人数过多，系统就会崩溃无法购买，等到维护好之后界面会十分混乱（4）刷票软件的存在导致很多人需要购买黄牛高价票，造成中间差价的流失。

1. 对此，我们可设计更专业的抢购门票软件

**产品愿景和商业机会**

愿景：

为需要购买和抢购门票的人提供更多的机会，抵制二次贩售。

商业机会：

1. 如今人们的休闲娱乐水平提升，同时更希望自己可以原价买到票
2. 手机是人们平时携带最方便的工具，如果app的速度会比电脑端更快，也会增加很多人的机会

**用户分析**

本购票网站主要包括两类用户：

网站主办方

愿望：尽可能不进行或少进行网站维护以免资源浪费

痛处：需要因管理者维护和修复产生很多麻烦

购票者

愿望：可以随时随地，方便快捷的买到自己需要的东西

优势：减少因收票产生需要投入的价格

**技术分析**

采用的技术架构

以基于互联网的APP应用方式提供服务。前端技术主要采用Bootstrap、Ajax，后端技术采用LAMP体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

后台数据库连接以及管理功能，以及平台的运行

**资源需求估计**

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有售票网站的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合购票消费者主要的情感变化。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的商品展示的支持。

购票者代表：需要购买价格合理、方便易操作的网站或app的门票

商家代表：提供各地区消费点门票的供应商；

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广；

设备

不同类型的手机客户端或本地PC服务器；

设施

10平米以内的固定工作场地；

**风险分析**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 购票者认可度不高 | 没有足够区别于已有网站服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对其的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现相应时间及时回复 | 如果用户较多，可能用户就会要进行排队等待，另外可能多人预约同一个咨询师，造成等待 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |