**求是潮2020新生手册 竞品分析**

背景：

1. （求是潮）浙江大学 新生手册 -2015- <https://f.zjuqsc.com/>
2. （求是潮）浙江大学 新生手册 （2016）<https://new.zjuqsc.com/>
3. （求是潮） 新生手册 （2019） <https://newbie2019.zjuqsc.com/>
4. （浙大勤创）浙大新生杂货铺子（微信公众号）

调研问卷的某份回答：

“单从设计和网页本身来说，19年新生手册的网页做的很漂亮。但是我认为这种风格作为新生手册并不合适。复杂的插画、漂亮但一点也不直观的地图并没有对用户起到什么帮助，反而让人更难提取有效信息。文字部分令我感到很气愤，不规整的格式（一会使用“、”一会使用“.”），随意的内容，不仅是纵向比较以前的求是潮新生手册差了不少，横向比较勤创的新生内容更是差的很远。学习一下隔壁勤创的新生微信公众号吧！希望2020年的新生手册能更简洁清晰，同时内容上能更细致更规范。”

一、体验环境

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 产品名称 | 新生手册（2020）（规划） | 浙大新生杂货铺子（微信公众号）（以2019内容为主） |
| 体验版本 | 《新生手册 界面初步设计和内容框架》 | 无 |
| 体验设备 | Word文档 | MI 8 SE(64G)，微信 7.0.13 |
| 体验人 | 豌射 | |
| 体验时间 | 2020.4 | |

二、策略分析

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 产品名称 | 新生手册（2020）（规划） | 浙大新生杂货铺子（微信公众号）（以2019内容为主） |
| 产品定位 | 面向浙江大学2020届新生的网页版（包括手机端网页）手册 | 面向浙江大学每年（从2018年起）新生的微信公众号 |
| 目标用户及需求 | 浙江大学2020届新生：需要从暑期准备到完全适应学习生活的指导帮助的内容 | 浙江大学每年（从2018年起）新生：需要从暑期准备到完全适应学习生活的指导帮助的内容，同时新生也是勤创纳新的潜在对象 |
| 宣传方式 | 1.新生群聊宣传  2.纸质版宣传：可能是网页版内容的缩略，随新生礼包一起发放  3.其他宣传渠道 | 1.新生群聊宣传（有以勤创主导运营的新生群）  2.浙大勤创微信公众号帮推  3.线上学长学姐讲座引流  4.转发推文抽奖  5.转发推文获取资料  6.其他宣传渠道 |
| 社会影响 | 影响新生对求是潮的评价（2019年新生手册影响力较为有限） | 影响新生对浙大勤创的评价 |

分析：

1. 新生手册（2020）（规划）和微信公众号“浙大新生杂货铺子”目标用户及需求几乎完全重合，不过并意味着新生不能同时使用两款产品，只是当某一个的作用完全可以被另一个取代时，当然只用一个就够了。
2. 注意产品定位的差别，一个是“网页”，另一个是长期运营的“微信公众号”，这会影响到一些具体功能，之后会分析功能。但最关键的是，微信公众号是可以不断更新的，网页在内容总体的组织上更好（可否搜索？），是否可以有条件地在一段时间内进行网页内容更新，并设置一个更新日志的页面？
3. 至于宣传方式，在打造好内容之前不需要过多考虑。纸质版也许可以印上网页版二维码。

三、功能（内容）分析

说明：对于“浙大新生杂货铺子”，如果内容来自“壹周问答”系列，标注（问）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 产品名称 | 新生手册（2020）（规划） | 浙大新生杂货铺子（微信公众号）（以2019内容为主） |
| 使用模式 | 浏览器访问（预计支持常见PC浏览器、手机浏览器特别是微信QQ内置的浏览器） | 微信访问 |
| 地图 | 有，设计中 |  |
| 菜单目录 | 有 | 微信公众号下方菜单（没有覆盖每一篇推文，即没有覆盖所有内容） |
| 搜索 | 待定 | 微信内置搜索 |
| 查看往期内容 | 建议像2016手册一样，打通往届手册链接 | 未关注10篇，关注全部查看 |
| 文件资料 | 无 | 网盘资料（购机指南、对外交流项目简介、新生MOOC答案、浙大夜惊魂等） |
| 暑期准备 | “我的浙大”app  学校附近酒店  附近交通  杭州景点  按一天顺序介绍浙大生活  （待定：暑期可以学的技能） | 《假期咸鱼翻身指南》（内容包括国内旅行、学习、锻炼、鸡汤等）  录取通知书物流查询（问）  怎么下载浙大app（问）  迁户口（问）  《干货 | 浙大萌新不可不知的APP和公众号》  图片：浙大萌新的必备指南（必需带的、生活必需品、军训用品、家乡特产） |
| 报到须知 | 三大学园CKC  报到流程（必备物品、宿舍、生活用品购买建议） | 床上用品的购买，宿舍床规格，宿舍构造，吹风机使用（问）  无开学考（问）  寝室分配（问）  报道前入校（问）  报道交通（问）\*2  《报到小贴士》（报到流程、交通） |
| 军训相关 | 组织架构  活动/日程简介  防晒/宿舍检查tip  绩点tip  物品tips  一些心得（感性认识） | 军训内容（问）  军训作息（问）  《军训“保命”指南》（防晒、防暑生存神器、勤洗衣、加分、屯稿）  连部（问） |
| 学习&选课 | 选课（选课助手、查老师、必选课、攻略心得）  Gpa介绍  教材教辅购买  打印资料（box，打印店）  上课地点介绍 | 《ZJU生存指南 | 选课篇》（教务网、选课规则、查老师、退课选课法、选课网盘大礼包）  专业介绍系列推文《浙里人看专业》（介绍了社科工信和医药）  专业确认（问）  ZJU学习大礼包（1.8G网盘资料）  Presentation教学《技能图鉴 | pre进行时》  线上讲座《线上讲座 | 社团达人养成宝典》  英语学习app、博主、电影、公众号、网盘资料《英语达人养成手册》  线上讲座《线上讲座 | 学习秘籍大公开》  考场信息（问） |
| 生活 | 夏秋冬气候  食（食堂、堕落街）  住（各学园住宿、生活tips，洗衣机，网购）  行  校园卡功能（校网功能）  浙大黑话 | 《浙里暗号》  《浙里人日报 | 杭城天气生存指南》（穿衣、出行、好物、伞）  《紫金港周别美食图鉴》（堕落街、剑桥公社、北街）  《紫金港防迷路指南》（快递取件、电瓶车充电、麦斯威、东区午餐、健身房、毕至居、勤创办公室207）  《关于社团组织，听听学长学姐怎么说》  图片：常用网址  图片：校历  网购地址（问）  宿舍熄灯时间（问）  宿舍楼门禁（问）  在校上网（问）\*2  本地手机卡（问）  紫金港迷路（问）  好吃的（问）  校园卡充钱（问）  晚上睡不着（问）  共享单车（问）  健身房（问） |
| 答疑 | 暂无规划 | 壹周问答系列推文 |
| 文艺内容 | 待定？ | 文艺推文，如《在港一年，你是什么十二时辰？》  《情感电台之老友记》  《ZJUer微信群生存指南》  《告白浙大的100个理由》 |
| 夹带私货（bushi | （参考2019版）  网页末尾的：  版权所有  友情链接  旗下产品  关于我们 | 帮推浙大勤创微信公众号  转载适合新生的浙大勤创推文  浙大新生铺子谁在运营？（问）  《秋季纳新 | 你所期待的一切》  《活动介绍 | 勤创大事记》  《勤创秋纳 | 我们的距离只差这张报名表》  《给关注铺子的小伙伴们的一封信》（面试技巧）  ……其他9月后一系列有关的勤创的推文 |

分析：

1. 浙大新生杂货铺子（微信公众号）（以2019内容为主）具有明显的“用户驱动型”特征，大量干货内容其实是通过“壹周问答”系列推文放出，但是“用户驱动型”也有缺陷，有的时候新生预料不到有些问题，比如选课，因此我们应当在这部分内容上多用些力，这是我们的优势。
2. 感觉暑期准备和报到须知界线有点模糊
3. 注意到是微信公众号推文的缘故，有些内容来得有些晚，比如军训的推文2019.8.16才出
4. 在充分对标勤创运营的公众号后，2020新生手册基本上弥补了内容上的缺点，不过感觉亮点不足？
5. 注意对一些2019-2020新学年新增加的内容的介绍，比如Adobe全家桶，比如新开放的食堂，比如浙大后勤的浙大食堂就餐指数功能等

四、数据分析（数据来源：调查问卷和手动收集）

·覆盖率

新生手册（2020）（规划）：以2019年为参考

在93份调查问卷中，有59份来自浙大2019新生，57份了解过浙江大学的新生手册，了解率96.61%，33份纸质版电子版都看见过，只看见电子版9份，只看见纸质版15份，电子版覆盖率71.19%，纸质版覆盖率81.36%.

在了解过新生手册的57份里，45份对新生手册有印象，12份无印象，印象留存率78.94%.

浙大新生杂货铺子（微信公众号）（以2019内容为主）

数据不详

分析：根据调查问卷得出的2019新生手册的数据比我之前想的要好很多，所以我们也要加油呀。

五、总结

由求是潮出品的浙江大学新生手册其网页版因为网页特性有一些独特的产品特质，在保证内容质量的基础上，利用好网页的特性是我们所需要的思考的。

在内容上，更要多多关注内容间的组织架构和相互联系，同时因为一定的官方性要做好审核。

求是潮 产品运营部门 豌射

2020.4.8