

# "高校班级管理痛点解析与创新解决方案"

"

"市场洞察、竞争分析与落地策略的全面展示"

作者: 计算机224班 2组

汇报人: 陈大地

# CONTENTS

## 目录

01

封面

02

市场痛点

03

解决方案

04

市场分析

05

竞争分析

06

商业模式

07

营销推广

08

团队介绍

09

取得成绩

10

发展规划



01

# 我们要改革低效率的 学生学工管理系统



# 一句话标题

## 创新班级管理解决方案探索

结合市场需求和用户痛点，设计出一套创新的班级管理规划方案，提高管理效率和学生满意度。

1

### 当代高校班级管理痛点解析

分析当前高校班级管理中存在的问题，如信息不透明、效率低下等，为提出解决方案提供依据。

2

3

### 班级管理解决方案的市场前景展望

对所提出的班级管理解决方案进行市场分析，预测其增长潜力和可能面临的竞争，为未来发展提供参考。



02

# 市场痛点



# 真实需求分析



## 用户痛点的识别

高校管理存在传统化、低效、人工干预等问题



## 产品解决方案的创新

管理人员缺乏数据支持和实时监控 管理过程中的沟通不畅、工作流程复杂



## 确保痛点的有效解决

这些痛点是真实的、刚需的，也是高频的问题。我们的产品是根据用户痛点设计出来的，而不仅仅是想象中的产品。

市场规模测算：

数据收集和分析：收集和分析相关数据，包括市场需求、市场份额、销售额、产品价格、竞争对手情况、消费者需求和偏好、行业趋势等。这些数据可以来自于市场调查、政府统计数据、行业报告、专业机构调查、网络搜索等渠道。

市场规模预测：运用科学的方法预测未来一段时间内市场的总容量。可以使用统计学方法、经济学模型、机器学习算法等方法进行预测。同时，需要考虑市场发展趋势、技术进步、政策变化等因素，以确保预测的准确性和可靠性。

市场规模的影响因素：

消费者需求：消费者需求是市场规模的直接因素，随着消费者需求的增加或减少，市场规模会发生变化。

行业发展趋势：行业发展趋势会影响市场规模的增长或减少。例如，新兴行业的发展会带来市场规模的扩大，而过时行业的萎缩会带来市场规模的缩小。

技术进步：技术进步会带来市场规模的扩大，例如新的技术和创新会吸引更多的消费者，提高市场规模。

政策变化：政策变化会影响市场规模的增长或减少。例如，政府的政策措施可以促进市场发展，扩大市场规模。

市场规模的实际应用：

企业策略制定：准确的市场规模测算可以帮助企业制定合理的市场策略，包括市场定位、市场渠道、市场营销等。

竞争优势：通过市场规模测算，企业可以了解市场的大小和趋势，并确定自己的竞争优势和劣势。

资源分配：市场规模测算可以帮助企业确定资源分配情况，包括人力资源、财务资源、物资资源等。

投资决策：准确的市场规模测算可以帮助企业做出正确的投资决策，包括产品开发、市场投入、技术研发等。



# 产品来源与痛点对应

## 提高管理效率和数据化程度

通过深入观察和了解用户生活，我们发现并记录了他们在日常生活中遇到的困扰和问题，这些问题正是我们产品的来源。

## 实现实时监控和数据分析

我们的产品不仅仅是想象出来的，而是根据用户的真实痛点设计出来的，旨在解决用户在生活中遇到的实际问题。

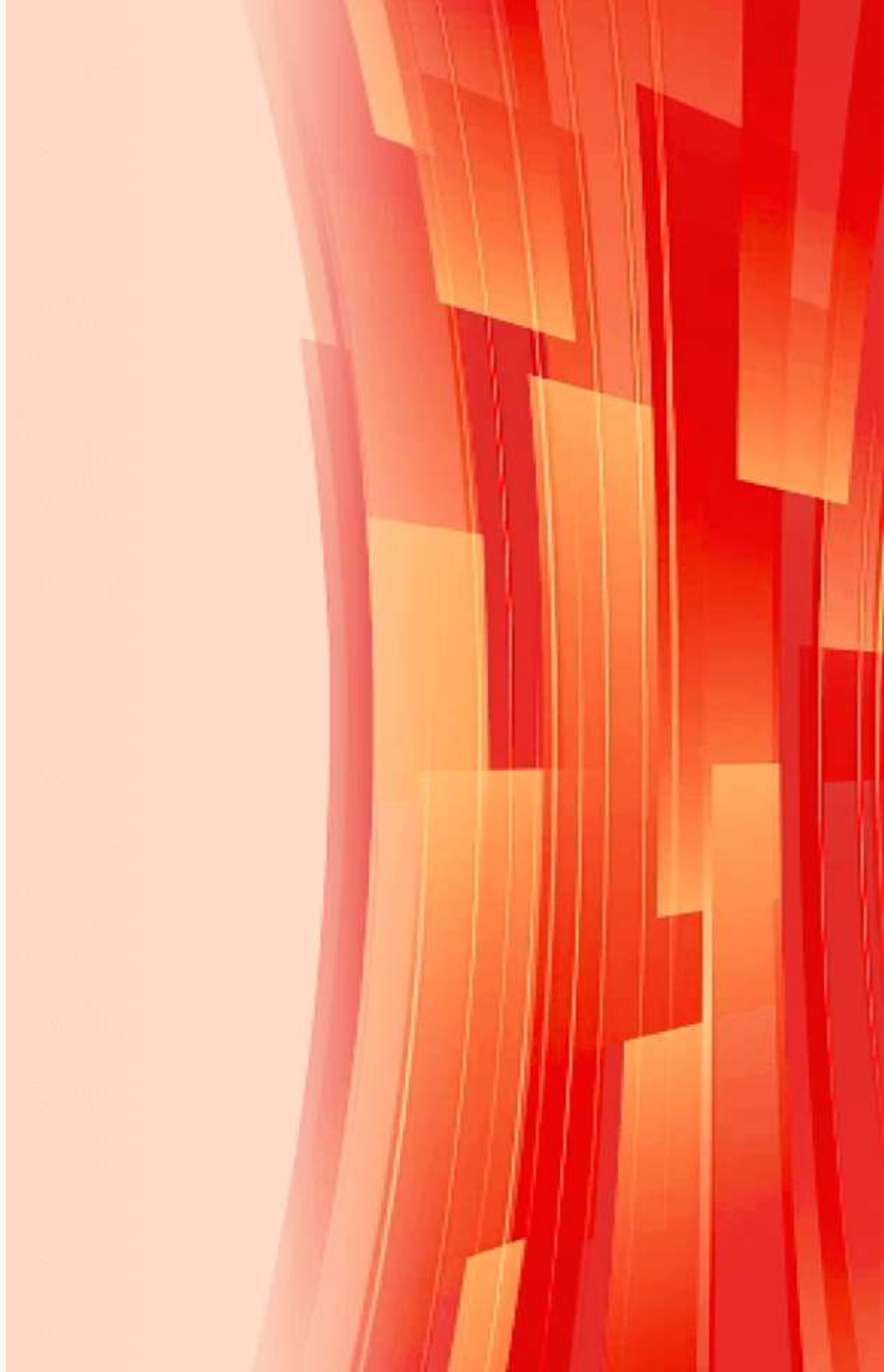
## 简化工作流程和沟通方式

我们的产品能够精准地解决用户在生活中遇到的各种痛点，满足市场需求，这是我们创业的基础。



03

# 解决方案



# 解决方式与创新

## 实现实时监控和数据分析

将不同来源的数据集成到一个统一的平台，可以提高数据的可访问性和可用性。这样，管理者可以更容易地获取所需信息，做出更快速和准确的决策利用实时数据分析工具，可以对收集到的数据进行即时分析，

1

## 提高管理效率和数据化程度

自动化流程：通过引入自动化工具和系统，可以减少人工操作，提高工作效率。例如，使用电子表格和数据库管理系统来自动处理数据输入、存储和分析，减少手动输入错误和提高数据处理速度。我们专业正好对口，团队的成员可以合力搭建网上平台。

2

3

## 简化工作流程和沟通方式

统一沟通平台：建立一个统一的沟通平台，如企业内部社交网络或协作工具

# 确保有效解决问题

## 痛点识别与解决

通过深入市场调研，找出用户的真实需求和痛点，然后设计出符合这些需求的解决方案。

## 创新解决方案的实 施

通过创新的方法和方式，实施解决方案，确保真正地解决用户的痛点，而不仅仅是表面的改善。

## 解决方案的有效性 评估

对解决方案的效果进行评估，看是否能够真正解决问题，以及其增长潜力有多大。

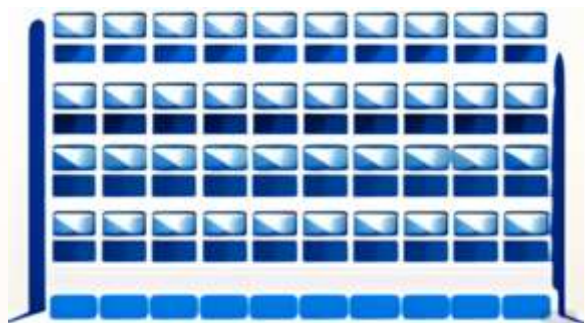


04

# 市场分析



## 市场细分



竞争对手：已有数家公司在该领域存在，但我们的产品和解决方案具有独特的优势和创新点



竞争对手：已有数家公司在该领域存在，但我们的产品和解决方案具有独特的优势和创新点



战略合作：建立战略合作伙伴关系，可以帮助您扩大市场和资源，并加强竞争力。选择适当的合作伙伴，共同开发和推广产品和解决方案。

# 市场规模测算

## 市场规模测算方法

通过收集和分析相关数据，运用科学的方法预测未来一段时间内市场的总容量。

## 市场规模的影响因素

市场规模的大小受多种因素影响，如消费者需求、行业发展趋势、技术进步等。

## 市场规模的实际应用

准确的市场规模测算有助于企业制定合理的市场策略，提高市场竞争力。



05

# 竞争分析





# 竞争对手介绍

## 竞争对手现状分析

对现有竞争对手的市场份额、产品优势和业务模式进行深入剖析，了解其核心竞争力。

我们的主要竞争对手：  
以青岛科技大学的应用为例

## 潜在竞争对手预测

预测未来可能出现的竞争对手，分析他们的可能优势和潜在威胁，为公司未来发展做好准备。

我们同学每天应用到的青小科，智慧青科等等

## 竞争优势对比

通过与竞争对手的比较，明确自身在市场中的独特优势，提升公司的市场竞争力。

# 竞争优势分析

## 1 竞争对手分析

对现有和潜在竞争对手进行深入分析，了解他们的产品、服务、市场定位以及优势和劣势，以便制定有效的竞争策略。

## 2 我们的优势

详细阐述我们的产品或服务相比竞争对手具有哪些独特的优势，如技术领先、用户体验优秀、价格合理等，以增强市场竞争力。

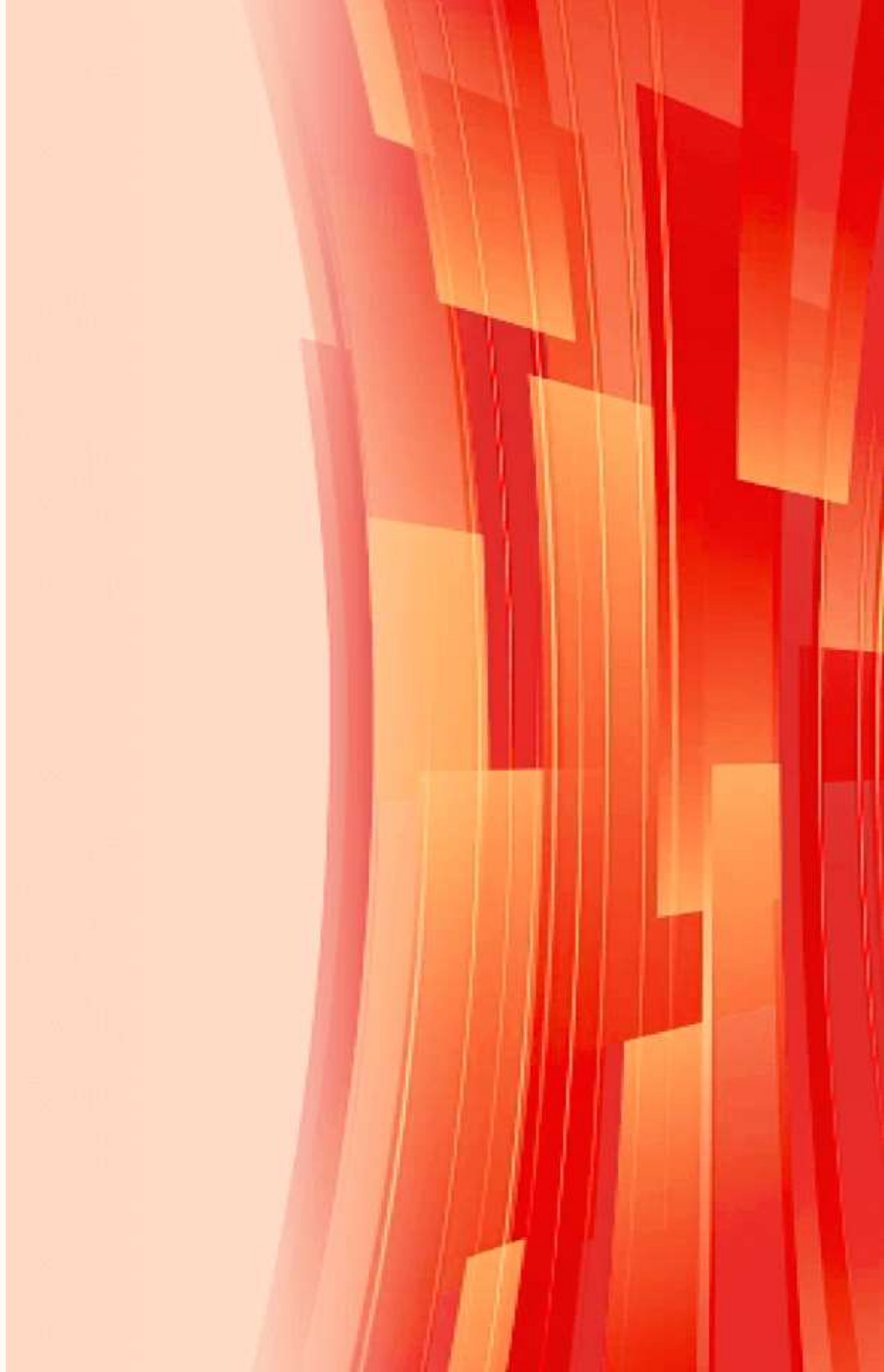
## 3 竞争壁垒建设

通过创新和持续改进，建立难以被竞争对手模仿或超越的竞争壁垒，如专利技术、品牌影响力、用户粘性等，确保长期竞争优势。



06

# 商业模式



# 公司定位与主营业务



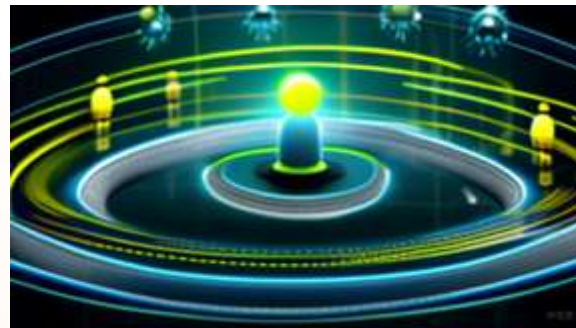
## 公司定位概述

sphera 是一家致力于为高校管理和教育行业提供智慧化解决方案的公司 我们通过收取服务费和定制化解决方案的费用来获得收益



## 主营业务详解

深入解析我们的主要业务领域，包括我们提供的产品或服务的核心功能、独特性以及其如何满足市场需求。



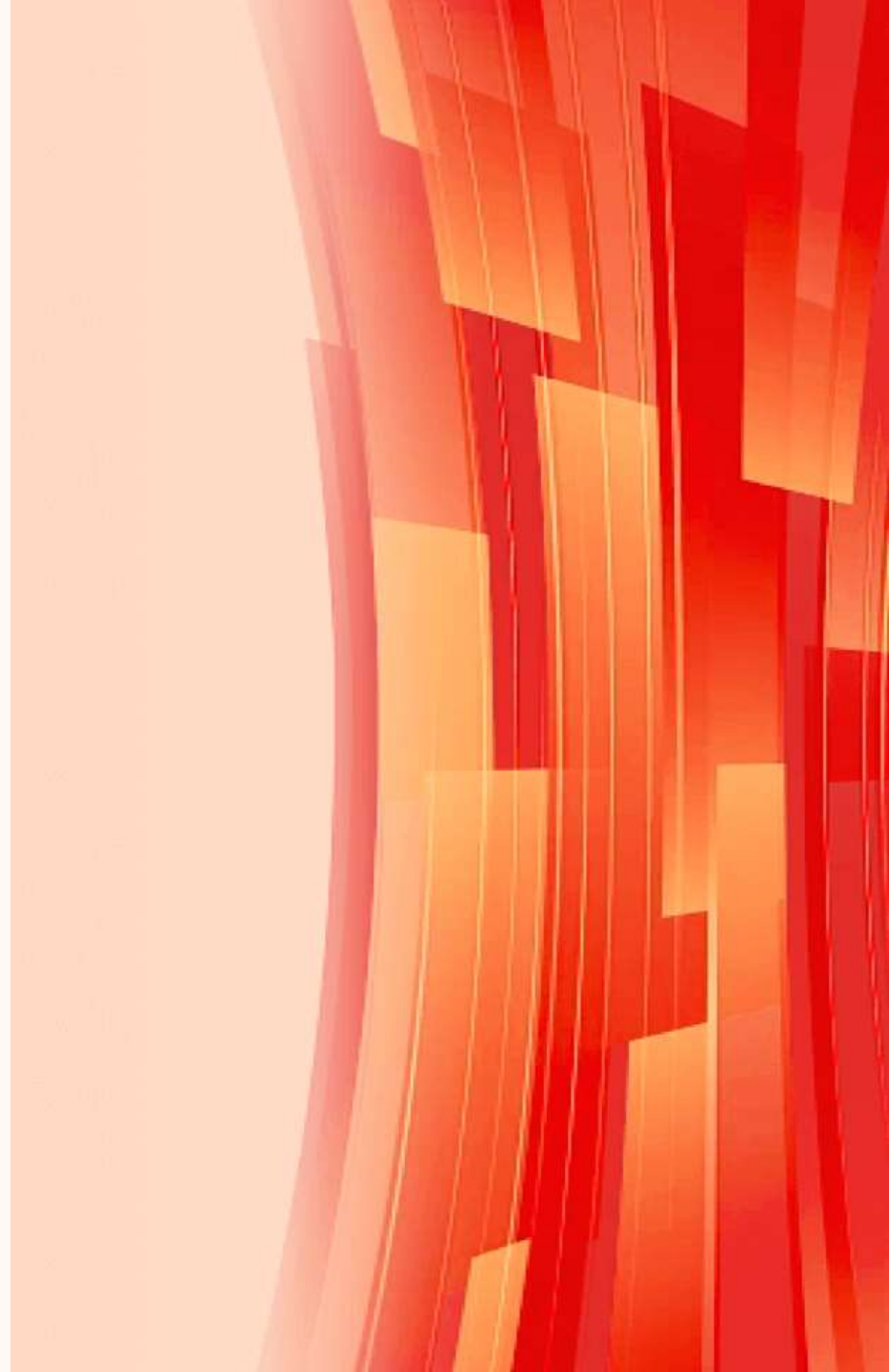
## 主营业务与公司定位关系

阐述我们的主营业务是如何与我们的公司定位紧密相连的，以及这种关联如何帮助我们在市场中建立竞争优势。



07

# 营销推广



# 价格策略

## 价格定位策略

价格策略：根据客户需求和规模定制化定价

## 促销与折扣策略

制定吸引用户的促销活动和折扣政策，如限时优惠、团购折扣等，以提高销售额和市场占有率。宣传推广：在线和线下宣传、专业媒体和社交媒体

## 定价与盈利模式

结合产品成本、市场需求和竞争状况，制定合理的定价策略，确保项目在满足用户需求的同时实现盈利。

# 销售渠道选择

## 1 销售渠道选择的重要性

销售渠道是产品从生产者到消费者的重要桥梁，选择合适的销售渠道能大大提高产品的销售效率和市场占有率。

## 2 常见的销售渠道类型

常见的销售渠道包括实体店销售、电商平台销售、社交媒体销售等，每种渠道都有其独特的优势和适用场景。

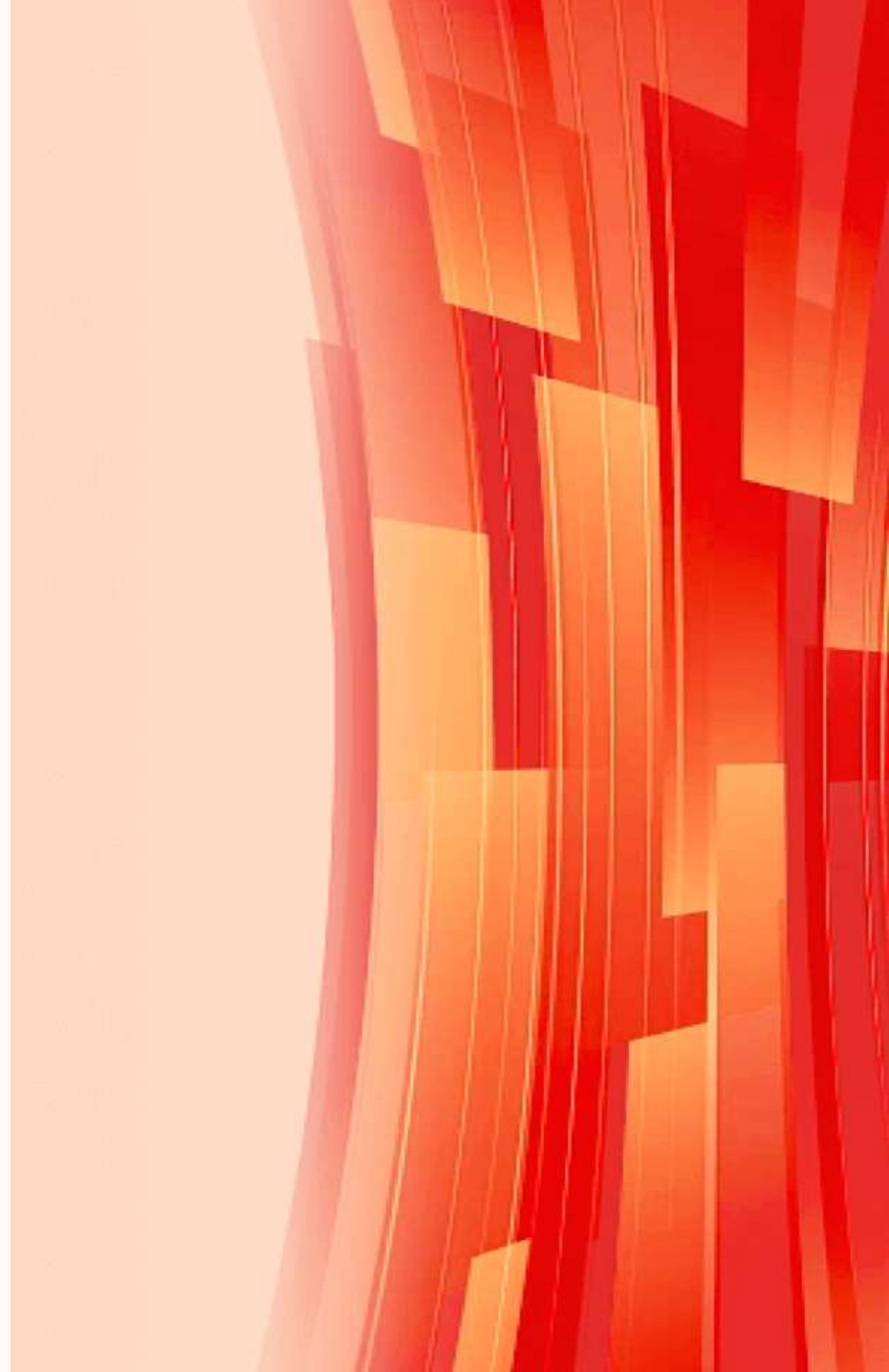
## 3 我们项目的销售渠道策略

根据我们项目的特点和目标市场，我们选择了电商平台销售作为主要的销售渠道，同时也利用社交媒体进行宣传推广。



08

# 团队介绍





# 核心团队背景

## 核心团队成员介绍

228和229核心舍友

情同手足

男男联手

## 创始人背景与经历

现就读于青岛科技大学计算机科学与技术专业

常混迹于228 229宿舍

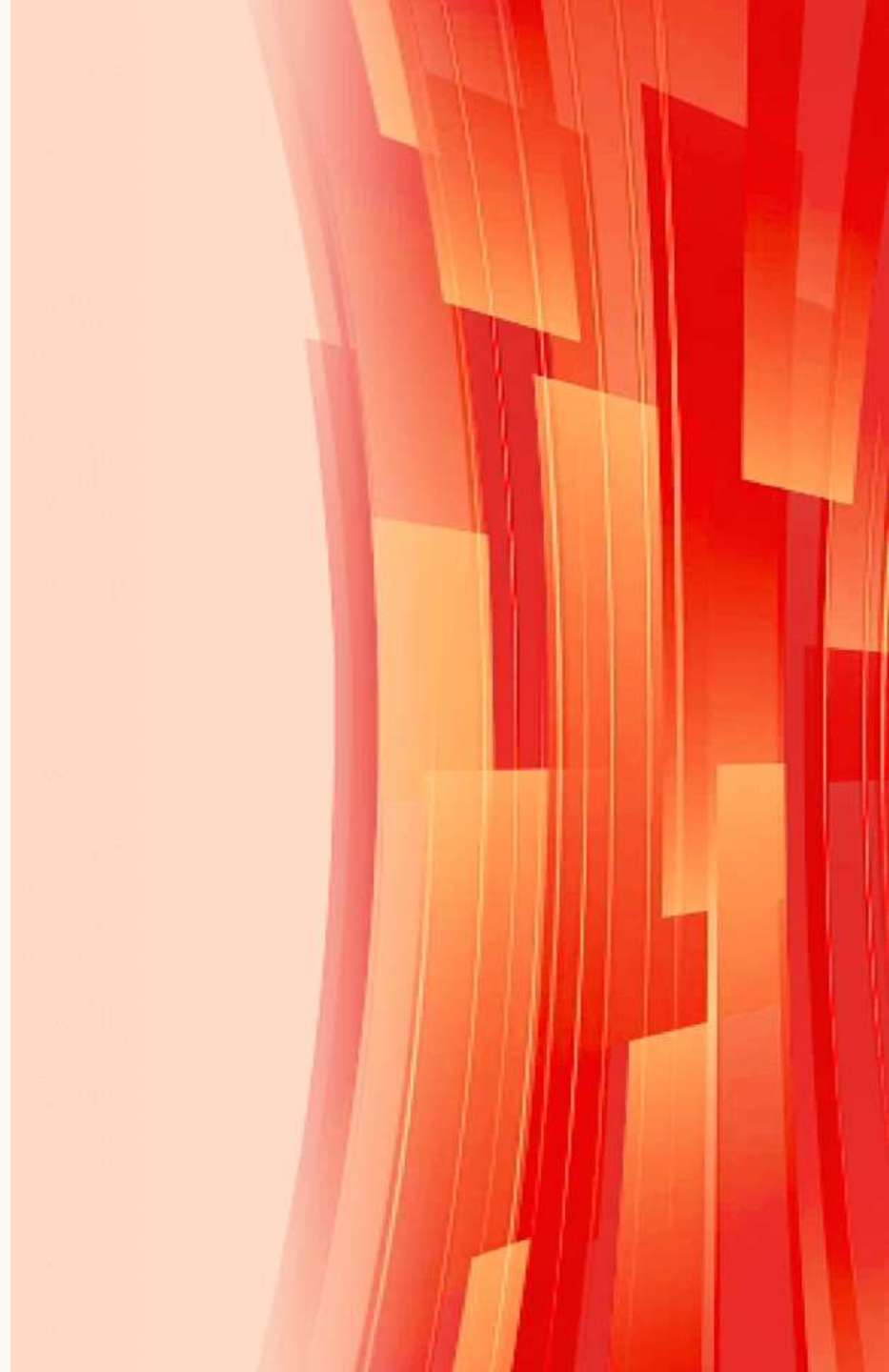
## 团队分工与协作方式

团队分工：以产品、技术和营销为核心，组建了专业的团队，负责产品开发、技术研发和营销推广



09

**取得成绩**



# 项目执行现状

## 项目进展概述

团队分工：以产品、技术和营销为核心，组建了专业的团队，负责产品开发、技术研发和营销推广。

## 产品原型展示

项目推进的计划：整个项目将按照以下计划推进：第一阶段：完成 beta 测试和用户反馈（3 个月） 第二阶段：完成产品优化和市场准备（6 个月） 第三阶段：正式发布和市场推广（12 个月）

## 项目推进计划与里程碑

为确保项目的顺利进行，我们制定了详细的项目推进计划和里程碑，明确了各阶段的目标和时间节点。



10

# 发展规划



# 计划目标设定

## 计划目标设定的重要性

计划目标是创业项目成功的关键，它为团队提供了明确的方向和动力，确保项目能够顺利推进。

## 制定可行的计划目标

计划目标应该具体、可衡量、可实现，并与市场需求和团队能力相匹配，以确保项目的可行性和可持续发展。

## 监测和调整计划目标

在项目实施过程中，需要不断监测和评估计划目标的达成情况，并根据实际情况进行调整和优化，以确保项目能够适应变化的市场环境。

**谢 谢 大 家**