

竞品分析——美团

产品信息

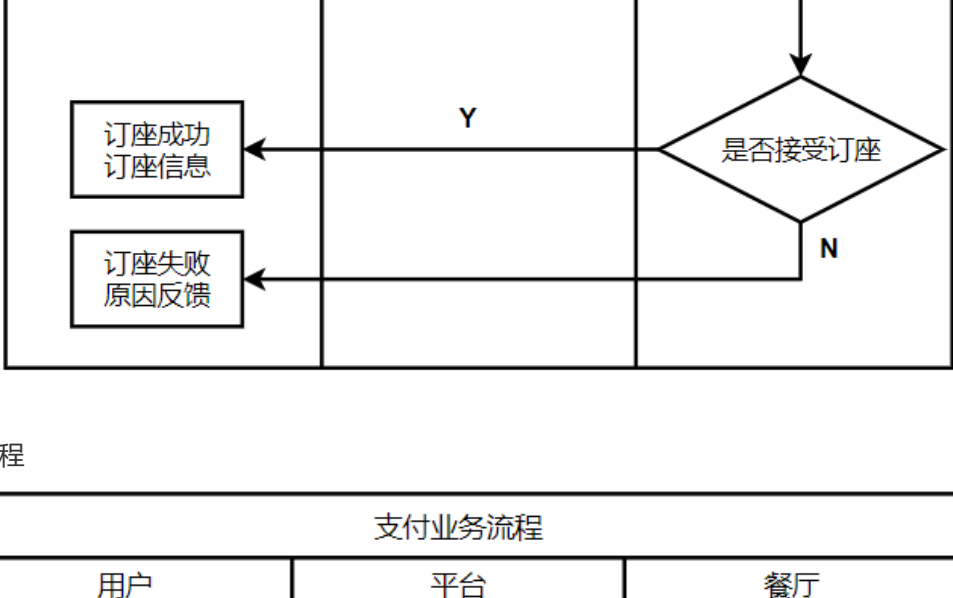
- 产品定位：主要是生活服务，主要是外卖、买药、买菜等，美食推荐为次要功能，此外还提供打车、购票等功能。**本次竞品分析主要面向美团的美食推荐功能。**
- 用户群：主要是20-39岁的上班族和学生党。
- 产品形态：web网页端、手机APP、微信小程序
- 产品特色：美团战略聚焦Food+Platform，成功推出了猫眼电影，美团外卖等一系列精品应用，并将其集成在美团各个服务终端中，正以“吃”为核心，建设生活服务业从需求侧到供给侧的多层次科技服务平台。从美食版块来说，**美团由于有完善的商家入驻体系，可以让用户在app界面点餐后到店取餐，这是它与其他平台相比最具优势的地方。**

用户分析

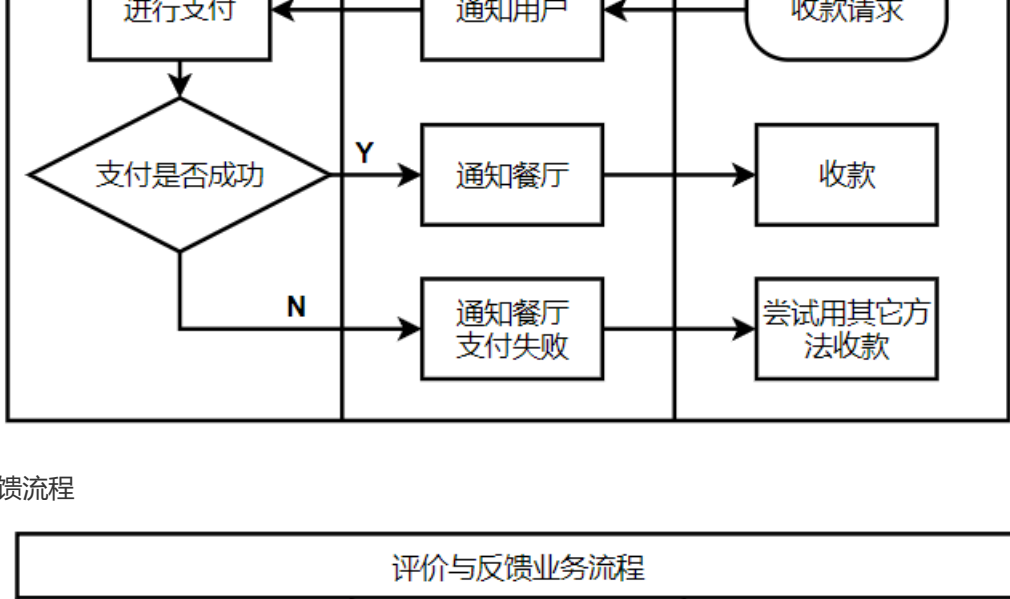
- 用户类型：美食板块的用户包括商家、平台管理员和消费者
 - 商家：核心需求是让自己的产品能够得到宣传。要求包括能够上传和修改商铺信息，能够获取用户订单，能够收到与回复用户反馈。
 - 平台管理员：核心需求是打造良好的平台环境。要求是包括能够审查和修正不合适的商铺描述与用户反馈等。
 - 消费者：核心需求是获得良好的用餐体验。要求是能够快速寻找到适合自己的餐厅，提交订单，提交评论与反馈等。

业务流程

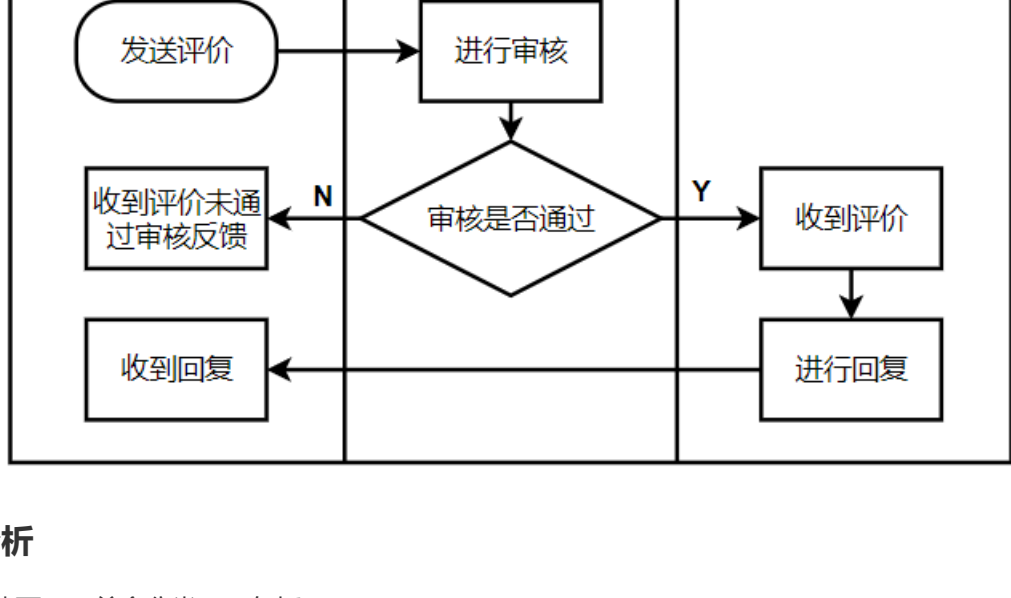
- 主要业务（美食部分）：订座、订餐、买单、评价与反馈等
- 订座流程



- 支付流程



- 反馈流程



页面分析

- 具体页面（美食分类下）包括：

- 首页：



- 信息展示方式：最顶部搜索；中部选择框与广告；下方是餐厅列表，优势是能够让用户快速通过选择框查询到自己想要的美食，缺点是由于广告的存在界面稍显杂乱，同时选择框的分类可能不够合理。

- 选择界面



- 信息展示方式：最顶部搜索框，中件条件选择，最下面条件范围；优点：条件选择的界面设计非常简洁明了；滑动条的设计非常直观新颖；缺点：部分选项可能有点冗余。

- 地图界面



- 信息展示方式：上部分是地图，标识出使用者附近的美食商家，中部是搜索框和条件选择框，下部是美食商家列表。优点：地图的设计可以让使用者直观发现附近的餐厅；缺点：地图标识有点杂乱，可以稍微简化。

- 餐厅界面



- 信息展示方式：最上方是餐厅概况，包括餐厅名、评分、人均消费额、图片等；中间是美团提供的优惠套餐，同时可以通过导航栏跳到买单、菜品与评价界面。优点：信息按照重要排序，可以让消费者一目了然；缺点：暂时没有想到，这个界面比较有借鉴价值。

- 评价界面



- 信息展示方式：最上方是整体评分以及各分项评分，中间能够选择比较有代表性的评价类型，下方是优质评价的列表。优点：界面比较简洁，可以从多个方面了解餐厅；缺点：暂时没有想到。

归纳总结

- 产品亮点：
 - 完善的推荐功能与评分体系，能够让用户轻松得到餐厅的整体印象与细节信息。
 - 筛选条件设置合理，能够让用户快速过滤出自己的目标餐厅。
 - 地图的设计比较新颖，可以让用户快速发现身边餐厅。
- 不足：
 - 部分页面设计不够合理，整体看上去略显杂乱。
 - 部分分类标签设计不够合理。
- 启发：
 - 筛选页与评价页的设计非常完善，可以作为我们团队项目的参考。
 - 地图的设计比较新颖，但是不够完善，我们可以尝试调用微信小程序的地图API，做出更加简洁的效果，令人耳目一新。