

项目启动

- 1. 文档信息

- 1.1 项目题目
- 1.2 组员信息
- 1.3 度量数值
- 1.4 项目简介

- 2. 商业画布

- 2.1 客户细分
- 2.2 价值主张
- 2.3 渠道通路
- 2.4 客户关系
- 2.5 收入来源
- 2.6 核心资源
- 2.7 关键业务
- 2.8 重要合作
- 2.9 成本结构

- 3. 联系

- 3.1 普通联系
 - 3.1.1 关键业务与价值主张的联系
 - 3.1.2 价值主张与客户关系的联系
 - 3.1.3 渠道通路与客户细分的联系
 - 3.1.4 核心资源与价值主张的联系
 - 3.1.5 核心资源与重要合作的关系
- 3.2 纵向联系
 - 3.2.1 收入来源<-客户关系->渠道通路联系
 - 3.2.2 成本结构<-关键业务->关键资源联系
- 3.3 跨越的联系
 - 3.3.1 客户关系-成本结构联系

- 3.3.2 渠道通路-重要合作的联系
- 3.3.3 客户细分-重要合作的联系
- 3.3.4 关键业务-客户关系的联系
- 3.3.5 收入来源-关键业务的联系

- 3.4 联系的联系

- 3.4.1 多对“价值主张-客户细分”的联系

1. 文档信息

1.1 项目题目

“啥梗——互联网冲浪指南”

1.2 组员信息

姓名	学号
张卓楠	181830249
刘学卓	181250088
陈子合	181250019
梁鋈亮	181250081

1.3 度量数值

九个模块的要点总数：28>20，平均要点数：3

商业模式画布	要点数
客户细分	3
价值主张	5
渠道通路	5
客户关系	4
收入来源	2
核心资源	3
关键业务	4
重要合作	2
成本结构	2





1.4 项目简介

啥梗——互联网冲浪指南，提供关于网络热词、热梗的查询服务。

随着大众娱乐的发展，每天都会产生各种各样的热词新梗。对网络热词的了解程度会影响同学间，长辈与晚辈间的对话交流。提供一种方便又相对专业的网络热词查询服务，可以有效降低交流成本。

同时，互联网文化在21世纪飞速发展，我们希望记录并见证流行文化与传统文化的交流碰撞，留下独属于我们这个时代的印记。

2. 商业画布

<div>重要合作</div> <div></div> <div>内容平台推广合作</div> <div>产品开发、运维合作</div>	<div>关键业务</div> <div></div> <div>上传词条 热梗百科 热词推荐 实时热榜</div> <div>核心资源</div> <div></div> <div>实物资源 知识资源 人力资源</div>	<div>价值服务</div> <div></div> <div>缩减成本 文化交流 新兴推广 定制内容 便利性与实用性</div>	<div>客户关系</div> <div></div> <div>自助查询 平台自动化推荐 社区交流讨论 客户共同创造</div> <div>渠道通路</div> <div></div> <div>流量平台推广 优质软广宣传 用户自发推广</div>	<div>客户群体</div> <div></div> <div>年龄段 使用方式 文化标签</div>
<div>成本结构</div> <div>固定成本：开发、运维、软硬件 可变成本：服务器、推广、加班</div> <div></div>	<div>收入来源</div> <div>会员费 广告费</div> <div></div>			

2.1 客户细分

- 根据年龄段：
 - 对互联网新兴文化不懂的，期望与孩子或者孙子和谐交流的中老年人；
 - 对互联网文化较为熟悉的年轻人
- 根据使用方式：
 - 对最新热词了解程度较高的内容提供者
 - 用于查询和了解新兴文化的使用者
- 根据文化标签分类

- 。对于不同文化圈层的用户，给予不同的文化标签分类

2.2 价值主张

- **缩减成本**：降低人们的交流成本，与人交流时遇到不懂的梗可以快速获得精确的解释。
- **文化交流**：提供不同文化圈的交流平台，促进大众文化和互联网文化的融合，增加文化深度，记录文化的发展过程。
- **新兴推广**：时时刻刻紧跟潮流，了解新鲜文化；
- **定制内容**：用户可以对某一个网络热词进行自我独特的自定义解释，给予用户极大的创造空间，增加用户的参与度。
- **便利性与实用性**：产品可以帮助用户便捷地获取网络热词的核心信息，比在搜索引擎搜索相关信息更方便。

2.3 渠道通路

- **产品运营阶段**：知名度—评价—传递
- **运营方式**：
 - **起步阶段**：
 - 利用公众号，B站官方号，快手官方号等手段来吸引用户，打开产品知名度。
 - **推广阶段**：
 - 在豆瓣，知乎等平台上推广软文
 - 在知乎上回答相关方面的问题/创建微博热词超话，同时也推广了自己的产品
 - **成熟期**：
 - 进一步提高用户体验，适当增加新功能，例如关于网络热点事件，热门词汇的讨论。
 - 平台可以集中各个年段，各个教育水平的用户，提供具有深度的服务。
- **渠道**：
 - **自有渠道**：
 - 在官方微博、B站官方号、官微等平台进行自主推广。
 - **合作方渠道**：
 - 在百度搜索投放广告
 - 在小红书、豆瓣、知乎等社区推广。
 - 在电视台综艺或视频平台植入广告。

- 在UGC平台让视频主制作恰饭视频。

2.4 客户关系

- 自助服务：
 - 用户可以根据自己了解的热词热梗进行自助搜索，获取相关的热词词条以及详细解释。
- 自动化服务：
 - 平台可以向用户推送每日热词热梗、热词排行榜等内容
 - 平台可以通过推荐系统记录并学习客户兴趣及其特点，为其进行个性化内容推荐
- 社区：
 - 产品给广大用户提供了一个交流热词热梗的平台，用户之间在不同词条下进行点赞交流评论等社交行为
- 客户共同创造：
 - 用户自由上传热词热梗，平台记录下互联网日益增加的流行词语，一起打造一个有价值、有深度、高可信度的互联网冲浪平台

2.5 收入来源

- 会员费：
 - 用户充值成为会员，获取更多增值服务
- 广告费：
 - 来自为某种产品、服务或品牌做广告的费用
 - 产品可以为广告主把广告推送到与广告主产品相关的热词热梗下

2.6 核心资源

- 实物资源：
 - 用于存储数据的云服务器
 - 网站，APP软件
- 知识资源：
 - 不同用户对于网络热词的解释
 - 网络热词推荐系统，软件源代码，核心算法。

- 人力资源：
 - 优秀的推广营销团队，项目开发团队以及运营维护团队。

2.7 关键业务

- 自由上传：
 - 为用户提供词条自由上传平台，用户可以自由定制相关词条和tag
- 热词百科：
 - 为用户提供高质量的互联网百科知识，维护平台氛围，使用户可以快速便捷地获取热词信息，降低查询成本
- 热词推荐：
 - 为用户提供高质量的热词推荐系统，尽可能贴近用户喜好以及需求
- 实时热榜：
 - 提供实时的网络热词热度榜单，方便用户紧跟网络潮流

2.8 重要合作

- 非竞争者之间的战略联盟：
 - 与产出面向年轻人内容的up主、博主等自媒体平台合作，进行对本产品的推广
 - 与容易“爆梗”的综艺节目或主播合作，进行对本产品的推广
 - 与各个领域的商家合作，在本产品中对其他商家的产品进行广告推广
 - 与对网络社区有深入研究的专家合作，让专家对本产品进行专业指导
- 稳定供应关系的供应商和采购商：
 - 租赁计算机资源，共享计算设施，降低硬件成本
 - 与软件开发相关的众包公司合作，降低软件开发、运维的成本
 - 各大应用市场上架服务提供商

2.9 成本结构

- 固定成本（不因产品及服务的产量而改变的成本）：
 - 开发维护成本：网站/软件开发及后期维护成本
 - 环境成本：工作室租赁成本、硬件设施成本、开发软件购买成本

- 。 人员成本：员工工资
- 。 可变成本（随着产品及服务的产量而同比例变化的成本）：
 - 。 服务器成本：保证数据存储和日常计算资源租用，会随着软件规模增大而增加
 - 。 推广成本：广告推广费用
 - 。 延时成本：员工加班费用

3. 联系

3.1 普通联系

3.1.1 关键业务与价值主张的联系

词语文化本身就是在不断演化的，尤其是在如今互联网高速发展的背景下，对某个新潮词语的不了解往往会增加人们之间的交流成本，一个互联网热词查询平台会大大方便人们之间的交流。同时，打造所有用户共同自由上传的平台能更好的让网站内容更加紧贴潮流，更好的起到传播文化的作用。由于网站允许用户自由上传，就要求管理者更好的管理平台内容才能提高查询速度，增进用户体验。

3.1.2 价值主张与客户关系的联系

互联网文化本身就是网民们共同创造，共同娱乐的一个产物，打造用户共同创造的热词平台能更好的记录互联网文化的发展与演变。基于用户共同创造的内容建立起热词查询系统，打造自助化的服务，降低人们之间的交流成本。

3.1.3 渠道通路与客户细分的联系

根据用户的特征不同，我们可以采用不同的方法将产品所主张的价值传递下去，例如针对对互联网文化不太熟悉的用户，主要是通过查询以及推荐热搜的方式让他们了解各种新潮文化，达到传播新兴文化的目的。针对对互联网文化很熟悉的用户，主要是通过上传词条以及社区中的互动玩梗来打造出和谐友好生机勃勃的社区氛围，甚至见证热词的诞生。

3.1.4 核心资源与价值主张的联系

为了达到降低人们交流成本的价值主张，需要打造出一款方便使用的APP或者是软件，这就需要一个优秀的开发团队以及维护团队。由于互联网热词的更新速度十分之快，产品需要保存用户上传的许多的关于网络热词的解释。

3.1.5 核心资源与重要合作的关系

由于需要保存大量的数据，租赁云服务器是产品起步节省成本最好的选择，需要与提供云服务的服务商进行合作。同时，作为一款与网络热词相关的产品，需要与各个拥有巨大流量的平台以及容易产生爆梗的UP主、博主合作进行产品的推广，提高曝光度。

3.2 纵向联系

3.2.1 收入来源<-客户关系->渠道通路联系

我们的产品是一个基于UGC的关于热词热梗的百科平台，我们的收入来源大部分是来自于用户为了享受更加贴心的**自动化服务**及功能更齐全的**自助服务**而充值的**会员费**，以及来自为某种产品、服务或品牌做广告的广告费。而想要保证可观的**收入来源**，就需要利用好**自有渠道**和**合作方渠道**保证产品拥有大流量。有了大流量保证后，我们才能建立更加健全的热词热梗社区，保证用户创造的积极性。

3.2.2 成本结构<-关键业务->关键资源联系

我们的产品是一个软件产品，要保证关键业务的正常运营，则必须要云服务器等**实物资源**、推荐算法等**知识性资源**以及开发人员等**人力资源**。而保证这一系列资源的稳定提供，已经在很大程度上决定了我们的成本结构，即开发、运营、维护人员的**人力成本**以及云服务器租赁等**可变成本**。并且要保证关键业务中热词的高质量以及热榜的实时性，则需要花费**推广成本**保证用户流量。

3.3 跨越的联系

3.3.1 客户关系-成本结构联系

- 由于我们的产品是以用户社区为核心的，并且用户可以自由发表言论，所以我们成本中必须包含社区维护费，需要聘请专业人员进行社区风气维护，例如 b 站的风纪委员。
- 由于需要对每个客户进行热词推荐，刻画千人千面，我们需要进行数据挖掘和学习，需要大数据分析的专业人员。

3.3.2 渠道通路-重要合作的联系

- 为了提高软件知名度，在渠道通路知名度和评价阶段，需要在重要合作的各个平台（知乎豆瓣）上进行推广。也同时因为我们的渠道通路是需要建立一个软件平台，软件构建所需要的硬件资源也是由重要合作提供的，目的是优化资源及活动配置，降低成本。
- 与各个领域的商家合作，在本产品中对其他商家的产品进行广告推广。同时合作产品作为一种渠道通路推广该软件，实现互惠互利。

3.3.3 客户细分-重要合作的联系

重点在于重要合作是否对客户细分有所影响。

- 我们选择综艺节目/网红博主为我们推广产品，这些节目/博主的能否得到不同圈层客户的认可直接决定了产品的推广效果。
- 产品起步阶段，由于计算资源有限，可能会出现宕机，影响用户体验。

3.3.4 关键业务-客户关系的联系

关键业务与客户关系联系紧密。

- 我们以软件的形式向用户提供我们的关键业务，就决定了用户可以使用自助服务，自己搜索热词；同时我们也可以向用户提供自动化服务，向用户推荐新的热词。
- 平台的本质是所有用户共同参与沟通交流。所以我们关键业务与客户是共同创造的，客户对热词的解释服务了我们的关键业务。

3.3.5 收入来源-关键业务的联系

我们的关键业务是热词平台，主要收入来源为广告费与用户会员充值。

- 用户使用平台，为平台带来流量。利用这些流量可以植入广告获取广告费用。
- 用户在使用平台的过程中，为了体验更好的功能可以充值会员。

3.4 联系的联系

3.4.1 多对“价值主张-客户细分”的联系

本产品面向大量用户，对不同的用户提供不同的服务，通过多对价值主张与客户细分的对应，提升产品的知名度，推广度和用户粘性。

- 对于希望获取共同话题的中老年人，我们提供热词搜索功能，帮助他们快速了解热词热梗，降低交流成本
- 对于文化圈层的用户，我们提供来自不同圈子的热词内容，促进文化圈之间的交流融合
- 对于熟练使用互联网的年轻人，提供海量内容，满足他们获取知识的需要，同时方便快捷，节省时间

多种多样的“价值主张-客户细分”帮助我们吸纳不同类型的客户群体，增加平台的活跃量，为收入中的广告费用和会员费用提供有力支持