

项目启动

组员信息

项目简介

商业模式画布

九大模块讨论（度量数值：34）

模块关联度讨论（度量数值：10）

组员信息

人员	学号	职责	备注
蒋沂霄	181250059	分配任务，完成相应任务	组长
李一洲	181250075	完成相应任务	组员
周祺祯	181250206	完成相应任务	组员

项目简介

项目题目：词云

功能

一款单词app，用户可以在词云上制定个性化的学习目标进行单词学习、根据自己的考试需求进行听、说、读、写训练以及和其他用户分享学习动态、生活动态。

Slogan

你的英语学习管家










产品构思

随着各类移动应用的发展，移动应用已经深刻地影响到人们生活的方方面面。对学生来说（尤其是大学生），网上学习在他们的各种学习方式中占有重要的地位，由此催生了一批学习类移动应用的出现，比如作业帮、小站托福等（甚至可以算上b站，永远滴神）。而英语的学习贯穿学生几乎整个学习生涯，无论是中小学生还是大学生都有背单词的需求，于是出现了百词斩、扇贝单词、墨墨单词等一系列背单词app。

身边许多同学有出国需求，要考托福雅思、GRE、GMAT的他们常常因为背单词头疼不已；不出国的同学也因为四六级而不得不接受背单词的折磨，这给了我们小组灵感：是否可以设计一款背单词app，通过增加背单词过程中的趣味性使得背单词不再折磨，以及通过一些特别的设计使用户更快记住单词并且更难忘记？

于是我们提出了“词云app”的构想。在词云这款app中，用户可以根据自己的需求选择词汇书（如高考3000词、新东方四六级、GRE再要你命3000等），下载后制定整体计划（多少天背完），每天app会推送消息提醒用户背单词。我们还希望维护一个用户社区，用户可以互相关注、私信，互相督促背单词；每天背完单词可以打卡到社区（当然也可以分享到其他社交平台）；除了背单词外，社区还可以发表其他关于英语学习动态，甚至是生活动态；我们更高的目标是，在学习知识这件事本身之外，用户可以通过社区交到一起准备四六级、准备考研、准备出国的朋友，从中找到归属感以及提升自己、持续学习的力量。

商业模式画布

<div>重要合作</div> <div></div> <div>手机厂商</div> <div>手机系统厂商</div> <div>其他学习类非竞品 app</div> <div>销售商</div>	<div>关键业务</div> <div></div> <div>系统开发、维护、升级</div> <div>课程开发、运营</div> <div>用户服务</div> <div>核心资源</div> <div><div>用户资源</div><div>人力资源</div><div>(开发运营团队)</div><div>实体单词书授权</div></div> <div></div>	<div>价值服务</div> <div></div> <div>简洁而高效的设计</div> <div>便利性(从背单词到刷题备考一站式服务)</div> <div>免费的背单词服务</div>	<div>客户关系</div> <div></div> <div>自动化单词书推荐和计划定制</div> <div>维护一个用户社区</div> <div>鼓励用户进行创作</div> <div>渠道通路</div> <div><div>应用商店</div><div>合作 app 广告</div><div>词云 app</div><div>词云 app 官方网站</div><div>用户分享</div></div> <div></div>	<div>客户群体</div> <div></div> <div>求同存异的客户群体</div>
<div>成本结构</div> <div></div> <div>单词书使用费、广告费、软件开发成本、运营维护成本、推广费</div>	<div>收入来源</div> <div></div> <div>增值服务(会员)</div> <div>广告费(同属学习类但非竞品的产品广告)</div> <div>商品售卖(收费课程、周边商城)</div>			

九大模块讨论（度量数值：34）

1. 客户细分

- 中学生：主要目的是备战中高考，使用手机时间较少，购买增值服务和收费产品概率低
- 大学生：主要目的是备战四六级、托福雅思、GRE、GMAT等，购买增值服务和收费产品概率高，高价值用户
- 其他学习类app：词云在商城和用户社区中推送其他学习类非竞品app的广告，收取一定广告费
- 其他用户：以提高英语能力（日常交流、阅读）为目的，购买增值服务和收费产品概率中等

2. 价值主张

- 主页和背单词页面避免出现冗余的设计元素，为用户带来简洁高效的背单词体验
- 便利性：根据用户考试需求提供题库，从背单词到刷题备考一站式服务
- 个性化学习计划：根据用户日常预计学习时间制定背单词计划，根据用户需求精准推荐相关课程和学习资料
- 基础核心业务（背单词）免费

3. 渠道通路

- 词云app官方网站和词云移动客户端直接接触用户
- 手机应用商店推送
- 合作app广告
- 用户在其他社交平台分享背单词动态和社区动态

4. 客户关系

- 用户社区：用户可以在社区分享自己的背单词动态、备考动态或者心情等。用户可以看到社区中其他用户的动态、关注其他用户。用户之间可以相互私信，分享学习心情、交流学习经验、约练口语等。我们希望通过社区促进用户间交流，帮助彼此获得更好的学习体验。
- 与客户协作，共同创造：平台鼓励用户进行文章创作，如备考经验、知识点整理、知识点解析等，平台会在社区主页推荐优质的创作内容，并根据阅读量和赞赏数对作者进行打赏。
- 自动化服务：新用户第一次使用词云app时，app会引导客户根据自己的实际需求（备考、提升日常英语能力）选择合适的单词书，并依据客户自身情况制定每日计划
- 个性化的服务：对于用户的进阶需求提供精准高级服务，如人工批改托福作文、一对一口语课程

5. 收入来源

- 会员费：用户可以开通会员以获得增值服务（使用收费单词书、享受专属课程等）
- 广告费：在周边商城和社区页面中推送广告，收取一定广告费。为了维护简洁性设计理念，让用户获得更好使用体验，app在周边商城和社区页面而不是加载页面和背单词页面中推送广告，并且只推送学习相关的广告（如英语培训机构、学习类非竞品app）
- 出售实物/虚拟产品：出售课程，商城出售周边产品

- 平台佣金：对于用户社区中的专业认证用户，平台允许其发布收费的文章、专栏，并抽取一小部分佣金

6. 核心资源

- 用户资源：用户在其他社交平台分享自己在词云app的动态，吸引更多用户；或者在词云app社区分享动态吸引粉丝、和其他用户交流，增强用户粘性
- 软件资源：词云需要商城管理系统等实物资源
- 人力资源：词云app、官网需要大量运维、开发团队，课程开发需要专业教师团队，以及在重要合作中需要相关业务团队
- 实体单词书：在将实体单词书中的信息导入app词库前需要取得作者的授权

7. 关键业务

- 系统开发、维护和升级：对于开发阶段来讲，需要设计UI、组织代码以支持高并发、优化数据结构等；对于维护阶段来讲，需要设计备份主机、实时监控CPU和内存的使用情况、对错误进行有效处理、降低宕机概率。最终目的是吸引更多用户，给予用户良好的体验感
- 课程开发、运营：收费课程是最重要的收入来源，必须要开发出内容迎合用户需求、高质量的课程，让用户感觉“物有所值”
- 其他用户服务：会员服务 etc

8. 重要合作

- 手机厂商：词云app需要手机应用商店的推广（如小米应用商店、华为应用商店等）
- 手机系统厂商：也需要系统应用商店的推广（如安卓应用商店）
- 其他学习类非竞品app：双方可以完成资源交换，比如和小站托福合作，词云在用户社区中推荐小站的TPO服务，而小站也可以在其app中推广词云的背单词服务
- 销售商：销售商可以把商品挂在词云app商城中出售，只需缴纳一定的平台支持费用

9. 成本结构

- 人力资源成本、IT设备的租赁费、获得单词书授权的费用等固定成本
- 提供给各大主流平台的广告宣传费用、手机厂商和系统厂商的推广费用、维护软件正常运行的费用等可变成本
- 企业间合作经费、法律咨询费用等其他费用

模块关联度讨论（度量数值：10）

纵向联系

- 客户细分&价值主张
 - 中学生和大学生往往有着明确的考试目标，app可根据这两类用户的具体需求个性化定制学习计划，力求提供与用户需求高度契合的一站式服务。比如：某大学生在两个月之后要进行GRE考试，计划首考325+，app可建议用户每日背单词200个（半个月完成第一轮背单词），并推荐GRE quantitative reasoning、verbal reasoning、analytical writing的进阶题库。
 - 对其他用户，可根据用户的日常预计空闲时间推荐合适的背单词计划，并根据具体需求提供合适学习材料。比如：对于希望提高听说水平的上班族，选择推送talkshow视频和CNN新闻等。
- 客户关系&收入来源
 - 用户为了获得更好的服务（GRE往年真题、托福口语写作真人评分），可能会开通会员服务，带来会员收入。
 - 用户社区中优质文章或专栏的作者可以收取订阅费用，平台可以抽取一部分佣金。
- 客户关系&渠道通路
 - 采用用户在社区分享动态以及查看他人动态的C2C模式，结合移动app、官网的推送，提升了用户粘性。
 - 用户在其他平台（qq、微信）分享词云的动态（每日单词打卡等），让更多人了解到词云，吸引新的用户。
- 关键业务&成本结构
 - app宣传需要支付平台广告费用，占据前期主要成本。
 - 系统开发过程中的人力成本、软硬件资源成本等。
 - 课程开发过程中的人力成本、软件资源成本。
- 关键业务&核心资源
 - 用户资源是app的核心资源，同时用户分享也是app推广的主要手段之一。
 - 英语专业知识水平优秀且对线上课程熟悉的课程开发人员是课程开发活动的重要人力资源。

跨越联系

- 客户关系&成本结构

app面向广大学生和部分上班族，因此支出结构应倾向于成本导向，合理规划运维、宣传费用与收益之间的平衡。
- 渠道通路&核心资源&重要合作

本项目采用基于C2C的移动客户端渠道，依赖分享动态、进行内容创作的用户资源，同时也得益于应用商城、合作app的推广。
- 客户细分&重要合作&核心资源

部分英语高水平用户会更多关注优质用户的文章和平台优质课程，结合自身实际情况选择进阶服务；广大普通用户通常会被合作平台以及应用商城的推荐所吸引，并依赖app的自动化推荐系统制定计划和选择服务。

联系的联系

- 多个“客户细分&价值主张”的组合构成完整收入来源
对高级用户提供定制化深度服务，对大众用户提供一站式实惠服务，对其他同类非竞品app提供广告服务，可以分别满足会员收入、虚拟或实物商品收入、广告收入。
- 多个“客户关系&收入来源”的组合决定了渠道通路的方向
用户支付会员费用、商会支付广告费用，决定了项目采用基于C2C的移动端APP作为主导渠道。