

竞品分析—KK &钉钉&企业微信

文档信息

1) 关于本文档

文档名称	竞品分析-KK&钉钉&企业微信
作者	Lily
文档版本	V1.0
发表日期	2/26/2019

2) 文档修订历史

版本	日期	修订人	备注
V1.0	2/26/2019	Lily	新建

1. 背景与目的

KK 是一款支持私有部署的多终端移动办公平台。随着企业办公 OA 市场竞争越来越白热化，公有云企业办公产品的市场却疯狂扩大，并开始进军私有部署领域。作为私有部署为特色的 KK 将如何维优势并增加自身功能，于是特分析 KK 和目前主流企业办公产品的优劣势，以探索 KK 未来发展方向。

2. 行业背景

2.1. 行业环境

随着中国科技的蓬勃发展，在过去的 20 年里，中国互联网经历了野蛮生长的黄金期。在此期间，C 端（消费者端）应用场景被大力挖掘，同时也涌现了众多的独角兽。但随着人口红利的消失殆尽、获客成本的增高、C 端的创新空间不断缩小，现已形成了 BAT 三大巨头鼎力的格局，这意味着 C 端市场已步入成熟阶段，互联网即将进入下半场。

在《2018 年科技赋能 B 端新趋势白皮书》中，普华永道指出，目前互联网的商业模式已呈现出由 C 端创新逐渐向企业端创新转变的态势，市场对科技企业的估值判断正从以流量获客为导向转变为利润实现为导向。因此预测互联网的下一个风口将出现在 B 端（企业端）市场。同时根据易观 PEST 分析，推测 B 端的蓝海市场在未来将会得到蓬勃发展。

根据创业投资报告，办公协同和 CRM 等领域成为创业者集中选择的入口。这 2 大领域的业务场景都具有通用性、易扩展、标准化程度高、移动化需求高等特点。侧面也说明，这 2 大领域的企业产品将抢先于其他领域产品普及到民众。

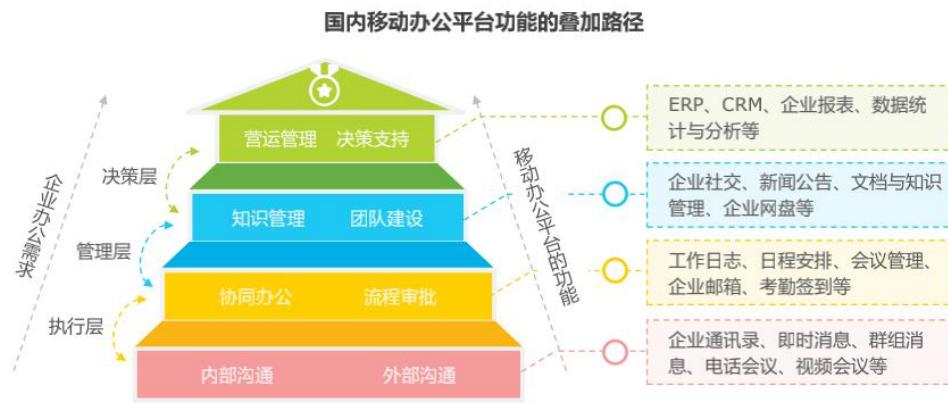
2.2. 市场现状和发展趋势

2.2.1. 市场现状

随着移动互联网的发展，传统的纸上办公和仅基于 PC 端办公已无法满足企业员工的需求，根据 CNNIC 的数据，2016 年使用手机上网的用户比例高达 95.1%，而且随着智能手机等移动设备的功能越来越完备，其在商务和办公环境中开始得到广泛应用。所以，移动智能办公已经成为大势所趋的一种新工作方式。



随着国内移动办公的发展，移动办公在解决工作沟通的基础服务上，结合各种办公业务场景，扩展其功能，如移动 HR、移动 CRM、移动客服等应用场景被逐渐加入，使得移动办公逐步发展成平台化，影响企业内部管理和提供企业办公效率。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2.2.2. 发展趋势

随着 2015 年中国企业服务的融资案例数量和金额达到峰值，标志着中国企业服务市场将进入快速发展阶段。而 2018 年的互联网寒冬，也预示着各企业在未来将更加重视内部管理，降低成本，提高效率，增加营收。

2.2.2.1. 差异化服务

目前中国拥有 3000 多家中小企业，根据普华永道分析，中小企业对数字化、智能化的需求日益迫切。随着经济的发展、科技的成熟，服务成本逐步降低，能满足中小企业的通用需求是服务供应商获得潜在用户的重要途径。但大型企业的业务场景相对复杂，对场景的细化、功能集成度等定制化也有高要求。所以提供标准化服务，加之多样化的增值服务是未来的趋势之一。



资料来源：《2017年中国中小企业信息化建设调查报告》，普华永道分析

2.2.2.2. 融合业务场景的一站式服务

随着办公场景的探索和拓展，通用的办公场景需求如移动 IM、视频会议、考勤打卡等已有成熟的解决方案。当这些通用场景需求被满足后，聪明的企业用户将会主动对服务提出更高的要求——更多地与企业具体业务场景相融合，做到一站式服务。这也意味着企业服务将需要更多地满足企业个性化，提供专业化服务。

2.2.2.3. 平台生态化

由于企业办公场景因各企业流程不同而各有差异，为满足企业的个性化追求，移动办公平台需能够支持集成第三方企业服务商的产品，在第三方服务商触达用户的同时，也标志着平台和第三方服务上需一起提升产品和服务的质量，为他们提供更好的发展机会。唯有双方都秉承着开放共赢的态度，才能最大化平台的价值。

总结：B 端市场是一个蓝海市场，企业协同办公成为各企业入场的突破口，目前移动办公已成为新的协同工作方式。随着市场的开拓，为不同的企业提供差异化服务，更深度地融合业务场景以提供更专业的服务、成为满足接大多数办公需求的超级 app 将是未来的趋势。

3. 选取竞品

在移动办公产品中，根据《重新定义移动办公-2018 年中国企业移动办公平台发展洞察》指出的典型企业案例中，初步选取了金蝶云之家、阿里钉钉、企业微信为竞品来深度分析。由于金蝶云之家更侧重覆盖 ERP 全场景，而钉钉、企业微信的业务场景较为通用，且整体风格和 KK 更为相近，在商务应用榜单二者排名都在前五，于是优先选取了钉钉和企业微信为竞品。

4. 竞品分析

4.1. 产品简介

产品名称	KK	钉钉	企业微信
诞生时间	2014 年	2015 年 5 月	2016 年 4 月
地点	深圳	杭州	深圳
开发商	蓝凌软件	阿里巴巴	腾讯
最新版本 (Android)	V6.0.5.1 (2019.01.18)	V4.6.16 (2018.09.10)	V2.7.2 (2019.01.06)
logo			
Slogan	蓝凌 KK，企业“大连接”移动	钉钉，是一个工作方式	让每个企业都有自己的微信

	办公平台		
产品简介	为企业提供“私有化的企业移动门户 + 开放的企业移动应用平台”。ALL-in-ONE企业大连接的IT落地支撑平台。	为企业打造的一个专业通讯、协同办公平台，帮助企业降低沟通与管理成本，提升办公效率，让数千万企业提前进入到云和移动办公时代。	为企业打造高效办公平台。与微信一致的沟通体验，丰富的OA应用，和连接微信生态的能力，助力企业高效沟通和管理。
多端支持	Windows (拆分版、聚合版) MAC 版 Android 手机版 iOS 手机版 iOS Pad 版 (iPad) 企业管理后台 内部公众号管理平台	Windows 版 MAC 版 Android 手机版 iOS 手机版 企业管理后台	Windows 版 MAC 版 Android 手机版 iOS 手机版 企业管理后台

4.2. 定位分析

产品定位的不同，决定着3款产品带有各自不同的属性。

KK主要通过以企业内不同岗位需求为切入点，实现不同岗位展示不同门户，基于移动设备的各种工作协作（沟通、流程、任务、项目），连接和聚合企业内部所有业务系统、管理系统，着重于解决用户在办公中快速解决问题的需求，体现以“员工为中心”的设计理念。

钉钉侧重于帮助企业降低沟通与管理成本，将应用消息与电话、短信串联起来，配合“强势”的DING功能，提升消息的传达率，切合管理层的需求，体现出钉钉“自上而下”的产品属性。

企业微信则以简单易用为切入点，以微信一致的沟通体验来让企业员工快速适应企业微信。继承微信企业号的功能及消息与微信互通，借力微信生态，打造企业高效办公平台。

虽然3款产品侧重点有所差异，但最终的目的都是为了通过不同的切入点去提升企业办公效率。

4.3. 平台和规模

产品名称	KK	钉钉	企业微信
公有云支持	×	√	√
私有部署	√	√ (部分私有化)	√
私有部署支持时间	一直做私有部署	2018 年 6 月, 正式开展时间未知	2018 年 7 月, 正式开展私有化部署合作
定制服务	全面定制	部分定制 (专有云)	部分定制
用户群	中大型企业	公有云: 中小型企业 私有云: 中大型企业	公有云: 中小型企业 私有云: 中大型企业
企业数	数百家中大型企业	企业组织数超 700 万家	注册企业数 150 万家
私有部署—企业用户数	根据购买的授权支持数十万用户	—	—
公有云—企业用户数	—	中级认证, 上限 1000 人 高级认证, 上限 10000 人	未认证, 最多 1000 用户数 认证后可超 1000 人

产品支持的部署方式不同，根据各企业的经济能力，将用户群划分。

KK 仅支持私有部署，对安全性要求高、有一定经济实力的中大型企业愿意购买服务，所以企业用户数只有数百，但单企业内员工数可到数万。同样，这种中大型企业对个性化的要求较高，这也反向要求 **KK** 需支持根据企业的需求实现全面 UI 定制和功能定制。

钉钉支持公有云部署，方便的 IM 沟通、丰富的 OA 功能的免费服务，满足了经济较弱的中小型企业的需求，而“自上而下”的设计理念让很多企业决策者选择了钉钉。同时，专有云部署满足了中型企业的数据安全要求和有限的个性化追求。所以钉钉的用户数在 3 款产品内是最大的。

企业微信支持公有云部署，虽同样满足中小型企业的需求，但由于设计理念从员工出发，对于求生存的小型企业管理者而言，显然不是第一选择。而私有部署支持中大型企业购买定制，但 2018 年 7 月才开始支持，经验相对不足且定制成本高，所以整体来看，用户规模低于钉钉。

4.4. 功能分析

★为产品特色功能

✓为产品具有的功能

✗ 为产品不具有的功能

产品功能			
通讯录	✓	✓	✓
企业主页	✗	✓	✗
组织架构	✓	✓	✓
加入多企业	✗	✓	✓
可见性设置	★	✗	✓
员工资料	✓	✓	✓
员工资料字段可配置	✗	✓	✓
部门分类	✓	✗	✗
部门地址	✓	✗	✗
群组	✓	✓	✓
讨论组	✓	✗	✗
内部公众号	★	✗	✓
常用联系人	✓	✓	✗
企业外部联系人	✗	✓	✓
外部好友	✗	✓	✓
手机联系人	✗	✓	✗
	群二维码	✓	✓
	群公告	✓	✓
	普通成员添加 群成员	✗	✗

	群文件	✓	✓	✓
	转让群	✓	✓	✓
群组功能	群多管理员	✓	✓	✗
	进群打招呼	✗	✓	✓
	设置群内禁言	✗	✓	✓
	邀请加群	✓	✗	✓
	搜索加群	✓	✓	✗
	群运动	✗	★	✗
	群直播	✗	★	✗
	群机器人	✗	★	✗
	群投票	✗	✗	★
	群文档	✗	f	★
IM 消息		✓	✓	✓
会话类型	电脑/手机会话	✓	✓	✓
	P2P 聊天	✓	✓	✓
	密聊	✗	★	✗
	群组聊天	✓	✓	✓
	讨论组聊天	✓	✗	✗
	广播消息	★	✗	✓
	短信消息	★	✗	✗
	应用消息	✓	✓	✓
	公众号消息	✓	✗	✓
	文本	✓	✓	✓
	图片	✓	✓	✓

	图文	✓	✗	✗
	Emoji 表情	✓	✓	✓
	自定义表情	✓	✓	✓
	其他表情库	✗	✓	✓
	语音	✓	✓	✓
	视频	✗	✓	✓
消息类型	短视频	✗	★	✗
	扫描文档	✗	✗	★
	文件	✓	✓	✓
	位置	✓	✓	✓
	链接卡片	✓	✓	✓
	红包	✓	✓	✓
	引用回复消息	✓	✓	✓
	@消息	✓	✓	✓
	视频会议	✓	✓	✓
	电话会议	✓	✓	✓
	IM 扩展应用	✓	✓	✓
	分享群信息	✓	✗	✗
	复制	✓	✓	✓
	引用回复	✓	✓	✓
	撤回	✓	✓	✓
消息操作	删除	✗	✗	✓
	转发消息	✓	✓	✓
	收藏消息	✓	✓	✓
	存网盘	✗	✓	✓

	翻译	✗	✓	✓
	钉住	✗	★	✗
	DING	✗	★	✗
	消息转待办	✗	✓	✓
	多选-合并转发	✓	✓	✓
	多选-逐条转发	✗	✓	✓
	多选-转到微信	✗	✗	★
	多选-逐条收藏	✓	✓	✗
	多选-合并收藏	✗	✗	✓
	多选-转任务	✗	✓	✗
	多选-发邮件	✗	✓	✓
	多选-存网盘	✗	✓	✗
	多选-删除消息	✗	✓	✓
会话设置	会话置顶	✓	✓	✓
	免打扰	✓	✓	✓
	消息回执	✓	✓	✓
	查找聊天记录	✓	✓	✓
	设置聊天背景	✗	✓	✓
	清空聊天记录	✗	✓	✓
	聊天水印	✓	✓	✓
	消息加密	✗	★	✗
工作台		✓	✓	✓
宫格模式		✓	✓	✓
列表模式		✓	✗	✓
应用分类		✓	✓	✓
应用角标		✓	✓	✗

	应用下载/升级	✓	✓	✓
	用户添加移除应用	✓	✗	✓
	打开应用	✓	✓	✓
	常用应用	✓	✓	✓
	应用管理	✓	✓	✓
	设置跑马灯背景图	✓	✓	✗
	行业解决方案	✗	✓	✗
	我的	✓	✓	✓
	资料编辑	✓	✓	✓
	签名	✓	✓	✓
	电子名片	✓	✓	✓
	帮助/客服/反馈	✓	✓	✓
	智能设备	✗	✓	✗
	钉钉福利社	✗	★	✗
	招聘	✗	★	✗
	红包	✓	✓	✓
	文件管理器	✓	✓	✗
	收藏	✓	✓	✓
	分享邀请	✗	✓	✓
设置	账户保护/设备绑定	✓	✓	✗
	手机绑定	✓	✓	✓
	人脸识别	✓	✓	✗
	手势密码	✓	✓	✗
	指纹保护	✓	✗	✗
	安全锁密码	✗	✓	✗

	密聊会话保护	✗	★	✗
	消息特别提醒	✗	✓	✓
	多语言	✓	✓	✓
	字体大小	✓	✓	✓
	缓存清理	✓	✓	✓
	合并免打扰的聊天	✗	✗	✓
	休息一下	✗	✗	✓
	切换企业	✗	✓	✓
其他		✓	✓	✓
	扫一扫	✓	✓	✓
	综合搜索	✓	✓	✓
	在线页签	✓	✓	✗
	混合页签	✓	✗	✗
	千人千面页签设置	★	✗	✗
	我的页签部署应用	★	✗	✗
	智能机器人	★	✗	✗
	定制打包	★	✗	✗
	DING	✗	★	✗
	专注模式	✗	✓	✗
	投屏	✗	★	✗
	网络电话	✗	★	✗
	关联小程序	✗	✗	★

根据功能列表对比，可以发现三款产品功能基本一致，但又有各自的特色功能。

总功能点 (141)	KK	钉钉	企业微信
✓ 具备的功能	82	97	90
✗ 不具备功能	51	30	46
★ 特色功能	8	14	5
重合功能点			
应用对比	重合数	占比	
三款 APP 重合功能点	59	41.84%	
KK 与钉钉重合功能点	70	49.65%	
KK 与企业微信重合功能点	63	44.68%	
钉钉与企业微信重合功能点	78	55.32%	

其中钉钉的功能最全面、特色功能也最多，特色功能主要体现在 DING、直播、运动、招聘、智能硬件等方面，体现了钉钉在云端产品的开发和运营方面有较大的投入，将 IM 和业务场景融合紧密，不仅在企业沟通纵向领域做到全面，而且开始往企业市场的横向领域发展，引领协同办公领域的发展趋势。

KK 基本没有云端产品特性和功能。但仍有 8 个特色功能，体现在千人千面门户、内部公众号平台和可见性配置等。可见其在基本功能满足的基础上对企业个性化需求挖掘的深入，在企业沟通的纵向挖掘更深入，而融合业务场景较为不足。而企业微信则功能没那么全面，特色功能主要依附于微信的优势。

4.5. 视觉与体验

产品名称	kk	钉钉	企业微信
体验版本	V6.0.5.1	V4.6.16	V2.7.2
系统版本	IOS12.1.4	IOS12.1.4	IOS12.1.4

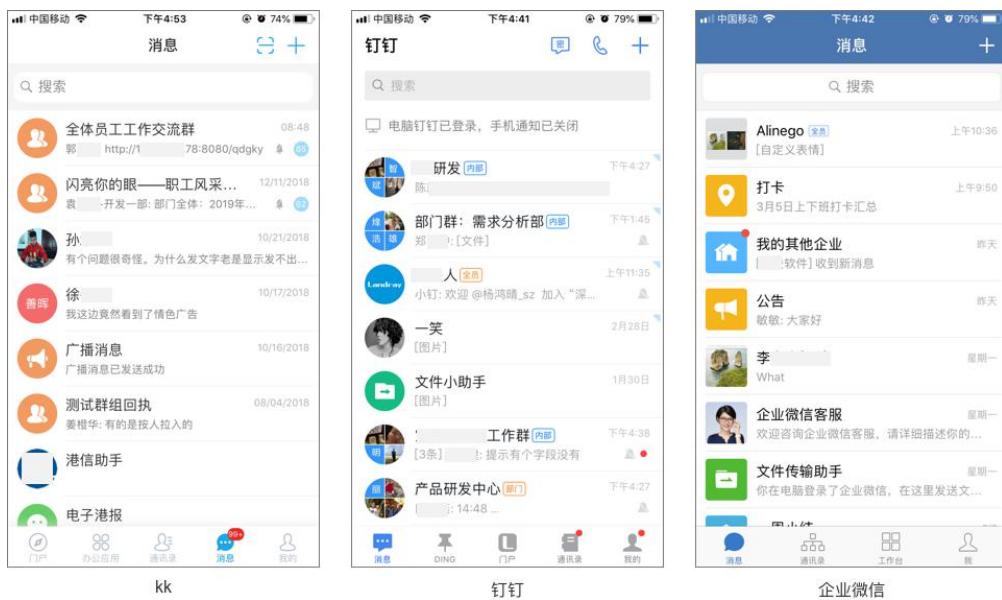
体验机型	Iphone6s	Iphone6s	Iphone6s
------	----------	----------	----------

4.5.1. ICON



三款产品都采用商务蓝为主题色,且风格精炼简约。KK、企业微信均采用了有消息寓意的气泡, KK 采用气泡包围拟人化的手拉手字母, 体现了内部大连接, 提高沟通效率, 让员工连接更紧密的理念; 而企业微信在气泡下方采用 4 种不同颜色组成的方形环, 体现了它以沟通为核心基础的构建企业生态的理念。而钉钉采用了同样寓意消息的展开翅膀的信鸽, 翱翔在一片蓝天, 体现了消息必达的理念。

4.5.2. 消息



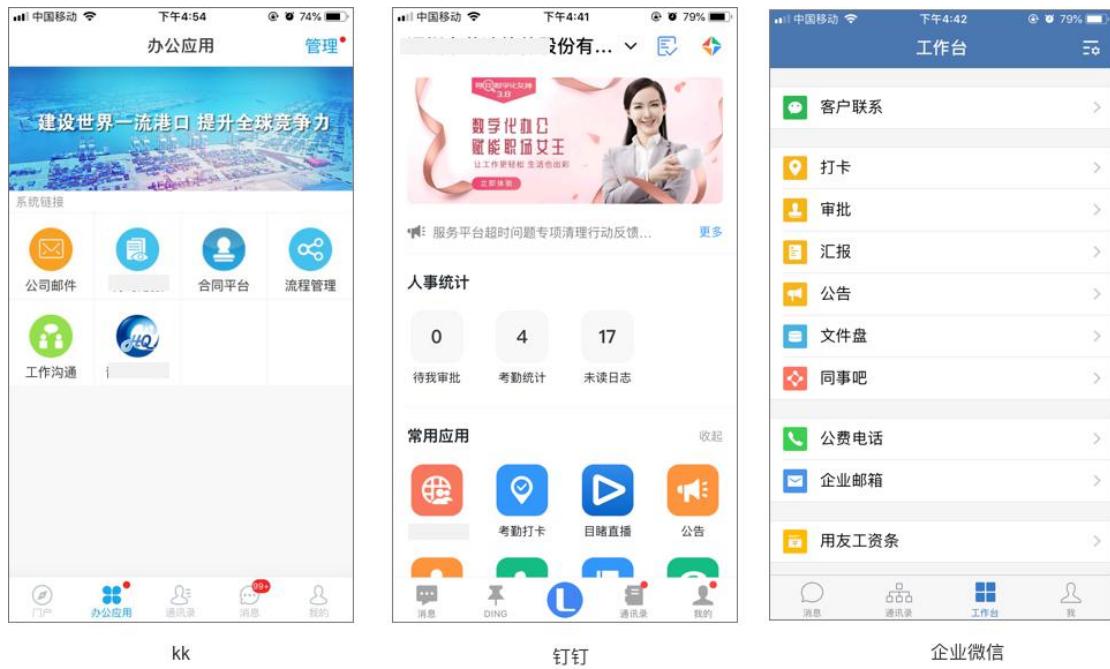
三款产品的消息模块都排在第一位, 因为日常工作最多的是沟通, 页面布局结构均是“综合搜索+会话列表”, KK 和钉钉整体背景为白色, 突出会话列表, 风格清新。企业微信导航栏为深蓝主题色, 整体色调偏暗, 显得沉稳, 但也压抑感。

4.5.3. 通讯录



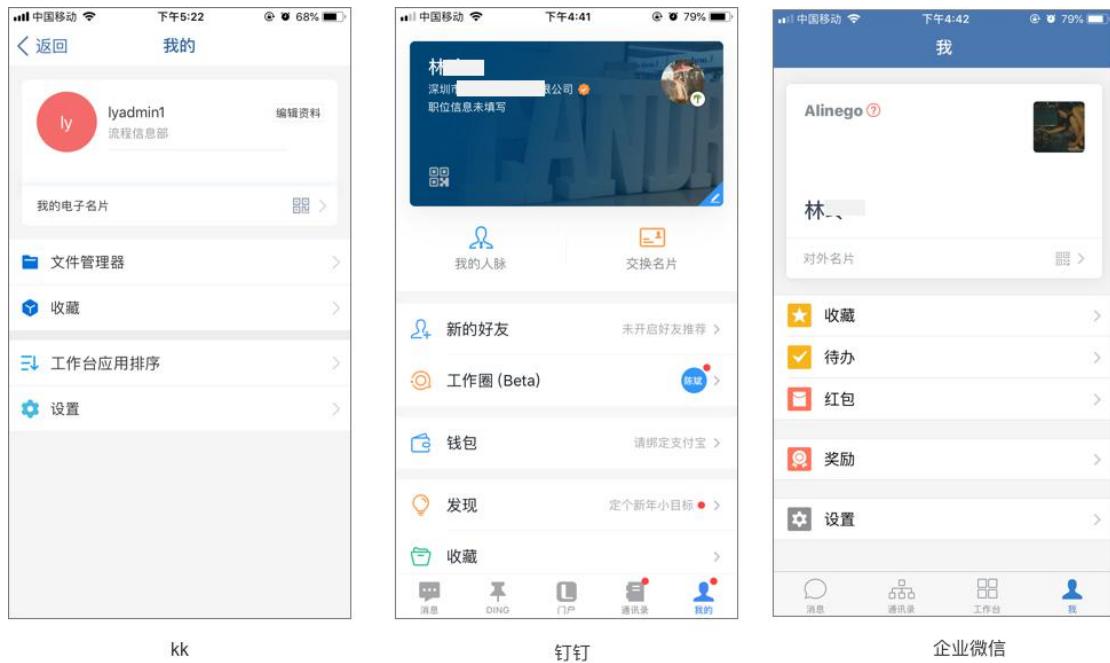
3款产品的通讯录设计不仅包括了企业组织架构和常用联系人，而且都为用户提供了非P2P会话类型的分类入口。由于功能差异，钉钉和企业微信的通讯录增加了外部联系人、好友申请等。KK和企业微信为列表风格，一目了然。钉钉分为上下结构，风格简约易用。

4.5.4. 工作台



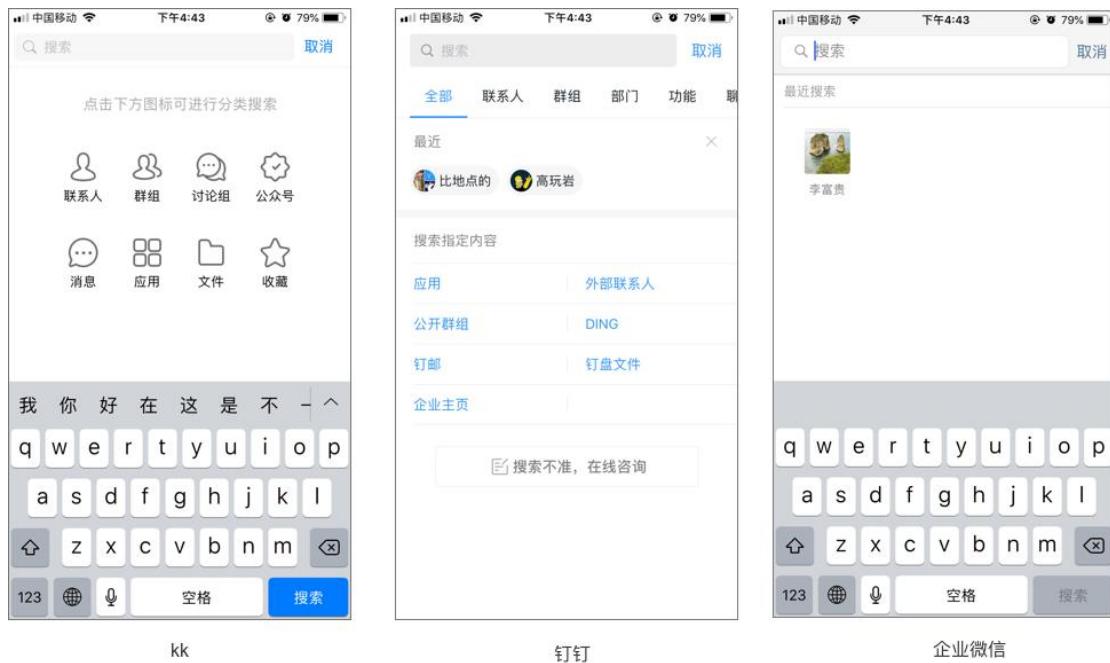
工作台是为用户提供标准应用和定制应用的页签。KK 由跑马灯图和分类应用组成，应用支持宫格模式和列表模式，风格简单。钉钉由跑马灯图、应用快捷入口、常用应用、分类应用组成，内容较多且不能移除应用，风格显得沉重。企业微信由分类应用组成，支持宫格模式和列表模式，风格更为简约。

4.5.5. 我的



三款产品都采用“上下”结构，上为用户名片，下为个人相关功能和设置，风格一致。

4.5.6. 综合搜索



三个产品的综合搜索界面在 UI 风格和功能上差异较大。KK 和钉钉均支持

分类搜索，kk 搜索页面将分类显示在页面上，UI 简单易用。钉钉采用“上中下”结构，在上，常用的分类搜索可横向滚动切换，中间展示“最近”，记录最近搜索的联系人。下方显示非常用搜索分类，整体风格分布明朗，且使用便捷。企业微信仅显示“最近搜索”，页面留白过多，不能分类搜索，整体风格过于寡淡。

总结：KK 产品支持 UI 定制，标准版风格是以“易用好用”为核心的简约大方，钉钉功能较为复杂，多采用“上下”、“上中下”结构，整体风格清新明朗，但每个模块略显复杂。企业微信除主题色给人以沉重的感觉外，整体风格较为简单亲切。

4.6. 用户数据

由于 KK 只做私有部署，只有企业内部数据统计，在该报告中不做指数对比，即本报告只对钉钉、企业微信做指数对比分析。

4.6.1. 月度独立设备数



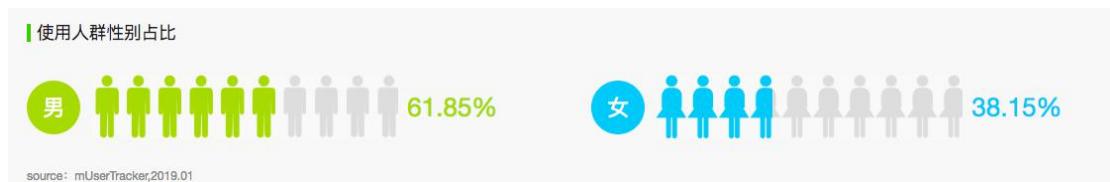
从数据统计来看，2019 年 1 月的月度设备数钉钉（2447 万台）要比企业微信（991 万台）多了近 1500 万台左右。而且环比增长钉钉（1.6%）是企业微信（1.2%）的 1.3 倍。



从增长趋势来看，钉钉和企业微信的增长优势交替占优，显示出市场竞争的激烈。从最近 1 年的数据查看，钉钉的设备数一年增加了 78.48%，而企业微信增加了 47.25%，从这一年的整体数据来看，钉钉和企业微信的用户设备数超过 40% 的增涨。而钉钉在庞大的用户基数优势上依然保持高增长，在短期内企业微信很难赶上钉钉。

4.6.2. 用户性别对比

1) 钉钉



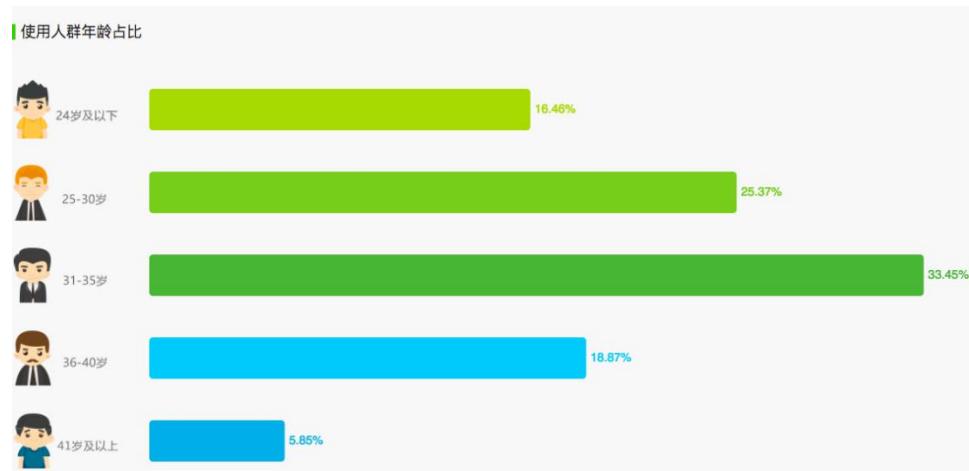
2) 企业微信



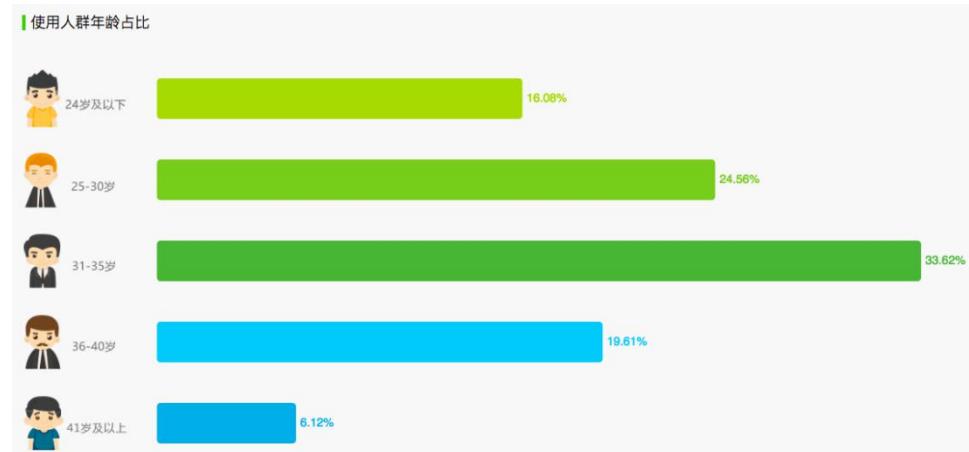
截止到 2019 年 1 月，不管是钉钉还是企业微信，男性用户都略多于女性用户，这和我国上班族的性别比例有所关联。整体来看，钉钉的男性用户占比比企业微信多 6%。

4.6.3. 使用人群年龄对比

1) 钉钉



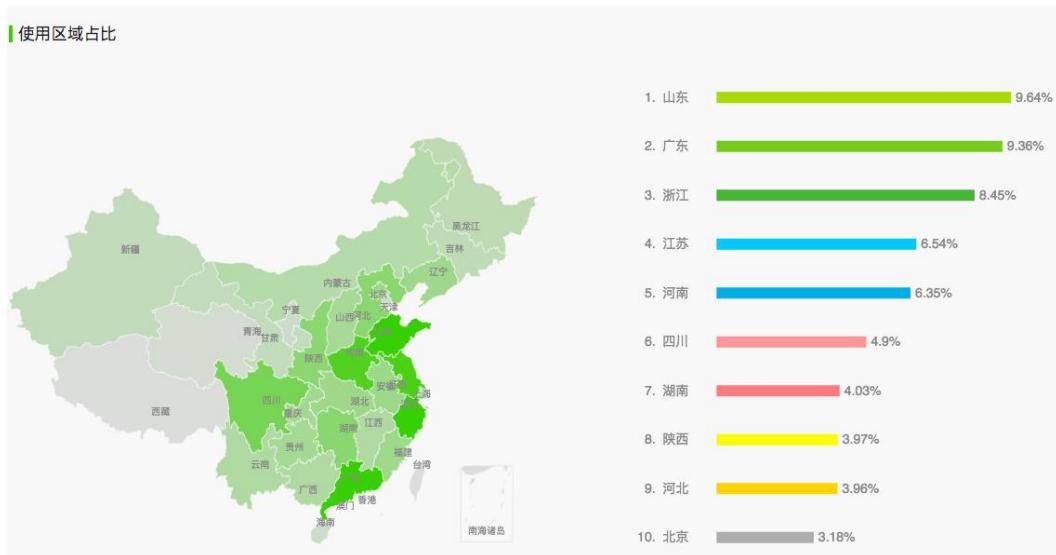
2) 企业微信



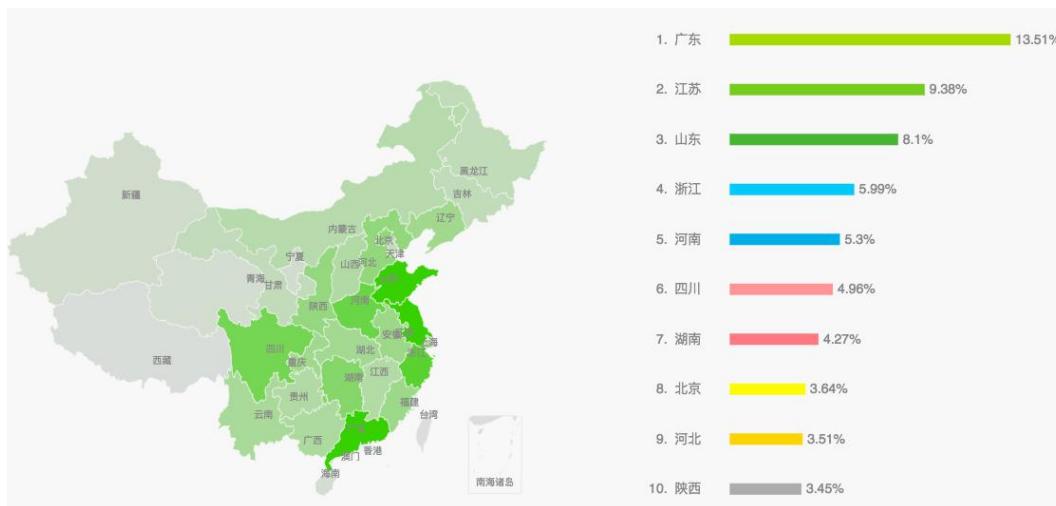
在用户人群的年龄结构占比中，钉钉和企业微信的数据基本一致，年龄在 25-36 岁的用户占了总人数的 50% 以上，说明这群用户是产品的主要用户群。

4.6.4. 用户地理区域对比

1) 钉钉



2) 企业微信



这两款产品的用户在区域分布上基本重合，且各个区域占比都差不多。两款产品的前 10 名省份相同，钉钉前 10 名省份的用户占比为 60.38%，而企业微信为 62.11%，说明用户高度集中于这 10 个省份。

前 4 个省份区域也是一样（广东、江苏、山东、浙江），钉钉在这四个省份的用户占比约：33.99%，企业微信在这四个省份的用户占比约：36.98%。其中钉钉用户在浙江的占比略高，而企业微信用户在广东的占比略高，这也间接体现了应用厂商在本地的推广力度和优势更大。

4.6.5. 排名和搜索指数

来源于七麦数据

1) 钉钉



2) 企业微信



二者对比

#	应用	总榜排名	分类排名	当前版本评分	所有版本评分
1	钉钉 Taobao (China) Software C...	4 免费	1 免费、商务	★★★★★ 83478个评分	★★★★★ 97169个评分
2	企业微信 Tencent Technology (Shenz...	55 免费	3 免费、商务	★★★★★ 12305个评分	★★★★★ 14001个评分

在商务分类榜中，钉钉排名第一，企业微信排名第三，但在免费应用总榜排名中，钉钉排名第四，远超过企业微信（55）。从图中可以明确看出，钉钉的搜索指数、用户评论数均大于企业微信，侧面印证了钉钉的当前用户数远大于企业微信，用户的增长指数也大于企业微信。

4.6.6. 用户评论

1) 钉钉



2) 企业微信



满分是 5 分，钉钉所有版本评分 (4.5) 比企业微信所有版本评分 (3.7) 高，同时，钉钉的 5 星评论占比比企业微信多，但 1 星评论占比却比企业微信的少，从满意度角度看钉钉的用户满意度更高。

下面展示部分用户评论。

1) 钉钉

评级	评价	发表时间
★★★★★	真的卡？无线网还打不开？你们有没有 卡卡卡..... 作者: 需要很有耐心的游戏	2019-03-06 14:43:34
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	好评 作者: 姬更云 很好用，一直在用	2019-03-05 14:36:55
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	无任务管理系统 作者: 草FS 有任务管理系统就好了	2019-03-05 14:36:48
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	不好用 作者: yzqwerdf 我用自己的微信号登陆企业微信发送验证码却是我之前手机绑定的手机号码！！！	2019-03-05 11:02:05
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	注册上怎么就退出不了了呢 作者: 豆子读书 注册上怎么就退出不了了呢	2019-03-05 09:33:39
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	了 JI 作者: 垃圾联通通 垃圾一样的存在。	2019-03-04 17:09:59

2) 企业微信

评级	评价	发表时间
★★★★★	真的卡？无线网还打不开？你们有没有 卡卡卡..... 作者: 需要很有耐心的游戏	2019-03-06 14:43:34
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	好评 作者: 姬更云 很好用，一直在用	2019-03-05 14:36:55
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	无任务管理系统 作者: 草FS 有任务管理系统就好了	2019-03-05 14:36:48
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	不好用 作者: yzqwerdf 我用自己的微信号登陆企业微信发送验证码却是我之前手机绑定的手机号码！！！	2019-03-05 11:02:05
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	注册上怎么就退出不了了呢 作者: 豆子读书 注册上怎么就退出不了了呢	2019-03-05 09:33:39
	△ 0 □ 0 回复评论	
★★★★★	了 JI 作者: 垃圾联通通 垃圾一样的存在。	2019-03-04 17:09:59

钉钉的用户评论呈现出两级分化的情况，好评用户普遍称赞钉钉改变了 OA 的工作方式，使用方便，大大提高了企业的办公效率。而差评用户主要是集中吐

槽 2 点，一是钉钉的 UI 设计风格太复杂，初学者难易上手；二是用户使用最多的电话功能噪音大，通话质量不好。

企业微信的用户好评主要称赞界面简洁，易上手，将员工的生活和工作分开。而差评主要是吐槽办公类功能支持不足，和微信区分不明显。

5. 分析结论

5.1.1. SWOT 分析

内部 外部	优势 (S)	劣势 (W)
	1. 私有化部署已有很多成功案例，经验成熟，形成壁垒； 2. 企业门户千人千面，私有定制满足客户个性化要求； 3. 公司明星产品—EKP产品拥有丰富的OA场景解决方案	1、标准产品通用功能不够完善，体验较差； 2、IM 模块和业务关联少，入口单一； 3、界面风格简约，但整体UI略显死板，无动态交互； 4、私有定制过多过深，导致资源投入大，且维护成本高
机会 (O)	SO(利用机会，发挥优势)	WO (利用机会，规避劣势)
1、2015年政府出台“互联网+”计划，促进各行业互联网发展； 2、“ABCD”五大科技上升为国家战略，助力B端发展； 3、移动办公已成为新的工作方式，是用户办公的超级入口；	1、结合EKP产品，将更多OA业务场景放到 KK；S3O3 2、结合大数据和智能AI技术，分析用户行为，支持“以用户为中心”理念，打造智能门户的千人千面；S2O2	1、完善标准功能，形成闭环，优化UI和交互风格，提高用户体验；W1O3, W2O3 2、IM模块和常用的业务应用深度融合，增加应用入口；W2O3 3、私有定制标准化、通用化，提高复用率，加快发展；W4O1
威胁 (T)	ST(利用优势，减少威胁)	WT(规避劣势，避免威胁)
1、竞争对手开始着手私有部署方案，和 KK正面交锋； 2、竞争对手强大，占有市场份额大，目前已形成以钉钉为首的初步格局；	1、加强对已有客户的运营，细化定制范围；S2T1 2、以EKP、KK为配套销售，扩大KK市场份额；S3T2	1、优化私有定制流程，使流程标准化，达到快速定制，快速出库；W4T2；

5.1.2. 产品升级策略

1、顺应 IM 和业务场景的深度融合的趋势，将已有的待办模块融合到 IM 会话，保留原本待办会话、待办应用入口，在 IM 长按操作增加入口，支持将 IM 消息加入待办。

2、优化门户 UI，增加用户相关的业务数据，如日程、工时、会议，使门户更扁平；

3、以往采用管理台增加账号的方式让外部人员使用 KK，操作繁琐且维护不变。现建议增加非内部员工用手机号码使用 KK 的解决方案。