Twenty-One

## 0 背景

近几年来，随着移动互联网和位置服务的迅速发展，智能手机的功能也越来越强大，人们的生活方式发生了很大的变化，同样，我们使用手机的时间也大大增加，过分依赖手机。大多数人都把时间花在智能手机的使用上，出现了“低头族”、“手机成瘾症”等现象，经常性使用手机而把重要事务给忘记。

我们对手机的依赖主要原因在于我们依赖手机来接受外界的各种信息，智能手机可以让我们随时随地获取到各方面的信息，可以处理生活上或者工作上的信息，很多人会因为没有及时查看消息感到十分焦虑。

很多人都会出现这种情况，在学习的时候，突然就拿起手机，就算没有重要的消息还是会下意识地拿起手机查看。然而这一举动经常就持续几个小时，浪费了很多时间。而把自己该做的正事给忘了。因而很多人需要在自己手机上添加自己的日常活动来提醒自己。

因此本项目是通过观察日常生活情况并加以剖析而开发的APP。由于人们在日常生活中，总会面临着各种的诱惑而导致日常的安排无法按时完成，本项目软件可以通过定时提醒，日程规划等功能进行打卡活动，同时，如果用户某一天的日程突然增多而导致原来的日常遗忘，本项目软件可以给用户发出提醒。这样，既可以一定程度帮助习惯的养成，又可以管理日常安排。

为了有效养成习惯，在行为心理学中，人们把一个人的新习惯或理念的形成并得以巩固至少需要21天的现象，称之为21天效应。这是说，一个人的动作、或想法，如果重复21天就会变成一个习惯性的动作或想法。所以，21天是设置习惯养成的最短时间。twenty-one APP不仅是习惯养成的助手，同时是日程管理的管家，同样可以时间设定进行日常记录。还有，我们会记录打卡情况，让用户可以全局了解任务进行状况，并且每个打卡任务提供插画或者动画，通过直观感受，刺激用户心理。

## 1 可行性报告

### 行业市场分析

当今社会每一个人在学习或工作上的任务都会很繁重，因而会经常性得忘记某一件事，等到想起来时才发现deadline已经过了。同时现代人每天使用手机的次数和时间确实十分之频繁和持久，这也是使我们会忘记某件事的原因之一。为了及时向用户提醒任务的时间，最需要的就是可以使人及时知道在什么时候应该做什么事，在什么时候之前应该完成什么事，进行打卡慢慢使个人养成一个良好的习惯。本项目软件可以通过定时提醒，日程规划等功能进行打卡活动，本项目不仅是习惯养成的助手，同时是日程管理的管家，同样可以时间设定进行日常记录并且可以记录打卡情况。

因此市面上也有许多此类的软件，来提醒用户的日程安排，使用户养成习惯。比如keep，咕咚，Forest，Day Matter。

### 竞争对手分析

Keep和咕咚都是运动类APP，有专业的健身或跑步资源来指导用户，较为突出的是可以线上和其他跑友交流并约跑步。在健身运动的同时也可以进行社交。并且可以记录跑步的数据和别人进行比较来对用户进行激励。

Forest是一个时间管理的软件，用户可以设置时间来限制手机的使用，完成任务则可以种一棵树苗，中途放弃并使用手机树苗则会枯萎。可以激励用户的责任感来使用户更好的管理时间。

Day Matter是一个记录事件的软件，有倒计时和定时提醒的功能。

通过亲自下载并使用，我觉得这几个APP都是比较专一一个方面 ，而没有把打卡和时间提醒结合起来Twenty-One把两者结合起来，可以满足不同用户的需要。

## 产品定位及目标

本产品的目标用户是有着习惯养成需求的并且自控力较差的群体，主要是大学生和年轻的上班族。

“Twenty-one”定位于习惯养成和日程管理，适合希望自己更加优秀希望养成时间管理观念的群体。比如你希望养成每天跑步的习惯，但是开始的时间段，你会因为各种理由而忘记或者拒绝。“Twenty-one”将提供系统提醒功能，还有每日打卡，成就系统，同时支持分享成果。

综合各种原因，本产品的目标用户应具备以下特点和个性：

1. 在校大学生和年轻的上班族：具有一定的自我要求，但是缺乏自控力，不能长时间坚持某一项很活动

2. 喜欢追逐时尚，尝试新鲜事物。

3. 熟悉手机的各种新型应用。

4. 智能手机的忠实用户，喜欢使用手机协助生活。

由于本产品是基于习惯养成和日程管理在日常生活的中应用，所以针对的用户是希望通过智能手机来便携生活和帮助管理自己生活。基于这两个希望，在校大学生和年轻的白领是非常符合条件的用户群体。

1. 在校大学生对世界有着浓厚的探索欲望，闲暇时间比较多，很多大学生面对着生活的诱惑，缺乏对自身的生活管理，无形中养成了不良习惯。

1. 年轻白领工作繁忙，常常需要面都突发事件，这样不仅打乱原来的计划，还容易造成时间安排的错乱。

## 产品内容策划

**3.1核心功能：**

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 核心功能 |
| 1 | 打卡活动展示 |
| 2 | 新建打卡活动 |
| 3 | 设置时间间隔 |
| 4 | 日程提醒 |
| 5 | 绘图或者萌动画展示进度 |

**3.2角色定义：APP用户**

APP用户是指使用这个APP的人员，这个Actor是这个APP最主要的参与者。可以使用所有的核心功能。

**3.3使用流程**：

详细活动信息

进入页面

设置时间间隔

绘图与动画

日程提醒

新建打卡活动

用户

成就系统

打卡活动展示

**3.4打卡活动展示**

进入页面，分为上中下两个部分，上部分映入眼帘的是日历表，左上角是设置按钮，右上角是新建活动。日历表用三种颜色表示信息，白色表示当天无活动，蓝色表示当天有打卡活动，紫色表示当前日期。中部分是当天打卡信息条形信息框。信息框仅仅含有活动名称，以及是否完成活动等简单信息。下部分，为页面切换按键，依次：主日历页面，活动列表，成就系统。

**3.5详细信息页面**

用例描述：详细信息页面展示

执行者：用户

前置条件：已经拥有打卡活动和并点击简易信息框；

后置条件：展示详细信息

基本路径：点击简易信息框，进入详细信息页面。

包含：

a.活动标题

b.开始日期

c.连续天数

d.坚持目标

e.项目进展

**3.6新建打卡活动**

用例描述：新建打卡活动

执行者：用户

前置条件：选择新建活动；

后置条件：建立打卡信息

基本路径：点击主要右上角，添加活动，添加内容。

a.标题

b.坚持目标

c.起始日期

d.鼓励自己的一句话

e.设置提醒

f.添加图标或者对应的项目绘图

**3.7成就系统**

用例描述：成就系统

执行者：用户

前置条件：点击成就系统页面；

后置条件：展示成就信息

基本路径：点击下方页面切换栏。

a.项目数

b.达成次数

c.最长连续

d.成就勋章

**3.8页面切换**

a.主页面（日历界面）

b.活动页面（包含所有正在进行的打卡活动）

c.成就页面（展示勋章）

### 推广方案

为了充分吸引用户，本产品采用以下推广方案：

1. 基础上线：各大下载市场，应用商店，大平台，下载站的覆盖。
2. 活动推广：论坛推广，微博推广，软文推广。
3. 平台推广：通过街旁，手机助手等使用率高的知名平台进行广告宣传。
4. 利用新浪微博营销宣传，制造舆论话题。
5. 利用社交广告助力应用成长。

（1）精准定向找到核心用户

（2）探索核心用户感兴趣的素材

（3）节省广告成本

（4）高效执行，快速响应

### 运营策划书

我们的战略是以积极稳妥的战略专注于开发产品，不断完善各个板块功能，让产品更加人性化，提高用户体验，占领更大的市场。

1、为提高开发质量，适应市场需要，先开发产品一部分，然后再在产品投入市场运营后，针对用户需求来继续研发后继产品功能。这种运营时的开发能够及时发现产品的缺陷并做出调整，提升用户体验，体现用户活力，同时在不断改进中给用户不断的惊喜，能够拿口碑。

2、基本功能

免费提供APP的基础功能，既是用户体验，也是希望用户帮我们进行完善。

3、特色功能

在基本功能完善以后，并能稳定运行时，添加特色功能。功能根据用户情况进行收费。

## 6 技术方案

本产品是智能手机的应用，主要涉及到的设备是智能手机。

本产品采用 Java + Android方案实现。

6.1 智能手机平台

目前主流的智能手机平台有IO(iPhone OS)，Android和Windows Phone三种。IOS主要针对高端用户，Android主要针对大众群体，使用用户较多，而在此基础上的应用也层出不穷。因此，本产品基于Android操作系统。