知音

----朋友圈信息筛选与管理软件

一、背景

现在的社会是一个高速发展的社会，科技发达，信息流通，随着人们在互联网上的交流越来越密切，大数据（big data）一词越来越多地被提及。人们用它来描述和定义信息爆炸时代产生的海量数据，并命名与之相关的技术发展与创新。它已经上过《纽约时报》《华尔街日报》的专栏封面，进入美国白宫官网的新闻，现身在国内一些互联网主题的讲座沙龙中，甚至被嗅觉灵敏的国金证券、国泰君安、银河证券等写进了投资推荐报告。

对于普通大众大数据看似遥不可及，但实际上大数据与我们的日常息息相关。淘宝天猫重新定义了购物，而饿了么、美团也重新定义了吃饭，而微信更是将人们之间最基本的社交活动搬上了互联网并广泛传播。微信官方数据显示，“截止2018年7月，小程序数量达100万+，开发者数量达150万+，第三方平台数量达5000+。”小程序之所以这么火爆，很大程度上取决于它存在于目前社交工具排名第一的微信生态体系，在这个大数据爆发的时代，每一个微信账号背后都是一个活生生的人，而每一个人的行为规律都被记录成数据，我们可以从中找到规律作出分析。

在各大为微信用户提供服务的小程序、APP中我们发现，对于微信个人朋友圈管理的APP少之又少。我们认为微信朋友圈却又是评判微信用户个人社交的一个重要的方式或者说是“门面”。因此作为“门面”的朋友圈势必有过多的信息，特别是工作中的微信用户拥有过多的普通好友。而这些与自己并无多大关系的好友却总是使用一些无意义的信息占据着自己朋友圈的半壁江山，于是我们希望开发出一款可以帮用户更方便快捷地分类过滤朋友圈的软件，使用户不必在朋友圈中寻找有用信息而浪费大量时间。而且由于朋友圈的半公开性（用户可设置屏蔽，较为简易的过滤一些好友），我们可以更清楚的了解用户的个人兴趣爱好，与各个好友的亲密度等有用信息。得到许可并获取到信息的我们可以为用户对其朋友圈进行精准分类，帮用户在具有海量信息的朋友圈中轻易快捷的找到自己感兴趣的东西。与此同时，我们还能为用户更清晰的展示用户近期的人际交往关系图，我们相信这对用户的工作等需要处理人际关系的方面有着积极地作用。再者，我们还能向用户定期推送用户感兴趣的东西，例如公众号、小程序、旅游地点甚至商品之类的，让用户更方便的接触到自己感兴趣的部分。

此项目的目的在于通过用户的微信朋友圈等，做到APP比用户更了解用户自身，帮助用户管理朋友圈，过滤掉朋友圈中过多过杂的无用信息，处理人际关系，寻找资深感兴趣的东西，活得更自在更美好。

二、项目实施可行性报告

2.1 行业市场分析

目前对微信朋友圈的管理可以说是市场上的空白区域，并没有大企业开发对微信朋友圈的管理系统，而腾讯对微信朋友圈的管理也仅仅是简易的分类、屏蔽部分好友，并没有对朋友圈内的各项信息进行分类管理。例如旅游的朋友圈，吐槽的朋友圈，帮转的朋友圈等等。因此对于普通好友过多的部分微信用户，一天的微信朋友圈信息量就足够刷个半个小时到一个小时了，再进一步的在这庞大的朋友圈中寻找自己感兴趣的、评论点赞就需要更多的时间了。退一步来说，就算用户每天有大量的时间，但入眼的尽是自己不熟悉的人的无意义的吐槽、帮转、心灵鸡汤，对用户来说也未尝不是意见难受痛苦的事情。既然有效的管理朋友圈大数据能提高用户微信的使用体验，又没有强势的APP以及官方的阻挡，这个管理微信朋友圈，分析用户信息，为用户提供朋友圈报表以及各类用户感兴趣的信息的想法是否比较具有良好的前景呢？

帮助微信用户管理朋友圈仅仅是此软件的基本功能，若得到授权获取的数据不加以利用、帮助用户了解自身就显得太浪费了。所以当我们的软件有了一定的用户基础，便可以对各用户进行分类，向其推荐其感兴趣的方面的公众号或者软件，实现精准营销。

掌握用户的数据就能掌握市场，微信朋友圈的大数据不可忽视，从行业市场分析的角度来看，着实可行。

2.2 竞争对手分析及自身条件分析

目前市场上大多是通过分析用户在自己的APP或小程序上的行为活动，进而分析用户的自身需求，比较少要求用户提供微信朋友圈的信息。大的有淘宝，美团等，小的有各个微商城等。但以上APP均没有通过微信朋友圈对微信用户进行分析。我们的项目在对用户生活的分析管理上有着一定的优势。我们的软件主要为用户提供管理朋友圈的服务，让用户不被朋友圈过大的信息量困然，在其中找到对自己有意的关键信息。另一方面，我们获取了用户微信的部分数据后可对用户的人际关系，个人爱好等进行推测，并对用户进行汇报以及推送。这样可以对使用我们软件的用户进行精准分类甚至可进行精准营销。通过我们的软件让用户更舒适的使用微信，更方便的接触到自己感兴趣的方面，也让用户更喜爱我们的软件，实现双赢的局面。

三、产品定位及目标

本产品的目标用户是微信好友过多，导致微信朋友圈信息数量过多而又没有时间逐条查看的微信用户。

本产品的定位是为被微信朋友圈信息轰炸的微信用户提供朋友圈内容分类服务，使用户能选择自己感兴趣的内容进行查看。

根据本产品的定位，本产品的用户群可能有以下特点：

1. 微信好友多，微信朋友圈信息量大，需分类的朋友圈数量多。
2. 查看朋友圈的频率较低，使用本产品的频率低，使一次处理的数据会较多。
3. 对不同的朋友圈内容有偏好，有不愿查看的朋友圈类型，也有一定要查看的类型。
4. 本产品会根据目标用户的特点进行优化，让分类更加符合用户的期望，增加用户的使用体验。

四、产品内容总策划

本产品的主要模块包括：

1. 朋友圈分类：对用户一段时间内的朋友圈根据文字和图片按内容进行分类，给用户提供按内容分类浏览朋友圈的功能。
2. 提供按内容排序的浏览顺序：根据用户喜爱的内容类型对一段时间内的朋友圈内容重新进行排序，让用户更喜欢的靠前，不喜欢的靠后。
3. 根据分析时读取的数据，可以生成基于朋友圈的好友亲密度图。

五、技术解决方案

本产品采用的是客户端为Android应用程序,服务端为Python运行环境,客户端提供用户浏览,服务端则进行筛选算法和运算.此有三大好处,一为减少了客户端的电量消耗,二是由于计算能力的提升,可以更快实现更好的结果.三是更利于改进算法,使其效果更好.采集朋友圈采用itchat模块和NLP相关模块实现数据的提取,再结合相关论文生成算法

六、运营策划书：

本产品主要实施免费服务，运营模式如下：

1. 广告服务：

作为一款主要是免费的app，本产品向商家提供广告服务，通过帮助商家打广告以此收取广告费用，由于本产品用户为微信用户，因此可投放的广告种类可以很多，可以涉及用户生活的方方面面。是运营的主要资金来源

1. 会员服务：

本产品提供内购项目，用户可以通过充值来获得会员的称号以及相应的权利，如消除广告等。会员服务分为两种，一是连续包月，到期自动续费的会员，一是自行续费，到期便终止会员服务。