

功能策划

定价策略

- 定价方面有用户侧的充值定价和主播侧服务定价，要同时平衡：匹配用户的消费价格 和 符合主播预期的服务价格 这两点
- 这同样要对竞品调研，了解当前的价格水平，具体的价格策略是：
 - 充值的最低价是用户容易上手的低消门槛，但需要能在充值后产生有效消费，所以需要10以内的数值，且是主播最低服务单价的2-3倍
 - 主播侧根据行业水平和用户充值额度，最低单价设为2元/分钟，去掉4和7，低于10
 - 数值的设计不像V聊、樱桃等竞品使用1:100的代币（200币/分钟），而直接使用1:1（2币/分钟），这样用户容易理解，更重要的是在显示上看起来非常的便宜
 - 考虑平台利益，用户充值额度的增加应该是接近指数的形式
 - 对于大额消费的用户，应该将价格范围整体提高，才能使用户大额充值和消费，收益最大化
 - 主播有初始的服务单价范围，随着平均聊天时长提高，范围也提高，直到时长不能再提高为止，才能获得收益最大化
- 价格需要随时可以在后台配置，便于调整价格策略

功能策划

策划案评审

- 将其他功能也按上面的方式完善细节以后，就可以组织产品评审。评审主要看这些点：
 - 需求是不是真实的，既然是进城务工，大概率工资低、工作时长久，到底是更看重娱乐刺激还是交友？（观察司机和外卖员，虽然工作时间长，但是间歇时间段多；如果是工厂三班倒，活动范围小，会长时间待在工棚或者宿舍）
 - 差异化是不是足够有优势？人情关怀够吸引人吗，作为一种推测，有没有可能陷入主观臆断？有没有办法用小成本的产品形态验证一下？（人情关怀满足的是用户情感的一面，和感官刺激完全不同；务工人员工作中经常要遭受客户的冷遇，心理压力不比公司白领小，娱乐方式本就单一）
 - 功能逻辑够不够完整，呼叫超时怎么表现？对方挂断和自己主动挂断有什么区别？（超时应该在遵循习惯的基础上，提示用户无人接听；对方挂断不能像微信那样显示挂断或拒接，而应该显示更柔和的暂时无法接听）
 - 此时可能会因为成本问题，再调整功能优先级