

功能策划

上线后的效果与总结

- 后来产品上线后，第一版验证跑通了核心功能，说明功能本身形成了业务闭环；主要的反馈来自主播，对缺少增值功能抱怨多。增值功能在后续版本慢慢加上了
- 手机号注册后来一直没做，导致沉淀私域流量比较难，这点比较遗憾
- 单独的语音聊天对验证没有太大帮助，降低优先级，等到需要扩展低消用户时加上
- 私信消息里出现了大量垃圾消息，占用了运营人力。事后看来其实可以只做语音消息
- 上线测试发现，大于10的最低充值价格确实会导致对用户劝退，所以之后都设为9元，后来因为疫情等原因，用户消费额度下降，又降为6元
- 根据用户总充值额度提高而提高充值价格范围的策略还不够灵活，应该选取最近一段时间的充值行为来判定，如果用户降低充值完成率，则整体降低价格，适配用户最新的消费能力
- 根据主播聊天时长来调整服务价格范围，在交易频繁的时期比较有效，但是到了2020年春节后，用户的消费能力下降，就导致主播聊天时长降低，造成主播的不满；价格策略应该以调整标价而不是选择范围来实行

交互设计