# 大学生线上购物

# 问题描述

**学生：**

1. 由于信息接受晚，错失一些有意义的活动；
2. 被宣传者在食堂，宿舍门口等地拦住，听一些自己不感兴趣的活动介绍；
3. 对活动不了解，错失加分项；
4. 没办法分类规整各类活动；
5. 现今，学生习惯在网上获取信息。

**组织者：**

1. 耗费大量心力，找不到足够参与者；
2. 发传单等宣传活动，可能耗费大量资源还找不到足够的人，有些人想参与而不知道；

# 产品愿景和商业机会

**定位：**

为在校大学生提供方便、快捷的活动选择平台，学生可以充分的了解各类活动，分类是学生方便选择。

**商业机会：**

1. 方便一些以综测、第二课堂等加分项目为目的的学生；
2. 查找方便；
3. 了解及时。

**商业模式：**

1. 产品推荐
2. 各类广告

# 用户分析

本活动网站主要服务两类用户：

**在校大学生：**

学生对各类活动的要求各种各样，单凭线下的宣传难以满足学生对活动的了解要求

**组织者：**

少有以学校活动为主题的网站，线下的宣传有时满足不了参与者的人数需求。

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用html5，后端采用Node；

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用网站，新用户可以使用一个月的免费体验，一月之后收费（价格不贵）；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑学生定位，支持灵活的产品推荐；

# 资源需求估计

**人员**

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，根据地方特点和用户特征，考虑用户愿望，设计符合某市大学生活动选择模式。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长参与量及灵活变化的产品展示的支持。

学生代表：有较多活动参与经历的不同层次的学生代表，帮助分析学生群体的活动展示需求；

组织者代表：分析组织者需求；

**资金**

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成组织者扩充和宣传推广；

**设备**

一台本地PC服务器；

**设施**

10平米以内的固定工作场地；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| A1 | 学生参与度不高 | 没有足够的宣传 | 用户风险 |
| A2 | 活动组织者认可度不高 | 对网站的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| A3 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| A4 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |