

业务设计：如何让用户有不断升级的动力

更新时间：2019-07-19 12:20:06



“青年是学习智慧的时期，中年是付诸实践的时期。”

更多一手资源请+V：Andyqc1——卢梭
qq：3118617541

在前一章，我们已经详细了解了会员制社交电商小程序的功能，并分析了项目需求。本章将与各位同学一起完成用户成长体系详细设计，并开发实现用户成长体系。

本节将对用户成长体系的业务进行详细设计。

在前一章我们已经知道了用户成长体系的主要功能需求如下：

1. 成长值来源

- 微信运动步数：在项目中我们会同步微信运动步数，因此我们可以将微信运动步数作为成长值来源之一；
- 积分兑换商品：在项目中有商城功能，为了鼓励用户使用积分，我们可以将积分兑换商品时所消耗的积分作为成长值来源之一；
- 发表UGC社区笔记：在项目中有发表笔记功能，为了鼓励用户发表笔记，用户每发表一篇笔记我们可以给与一定成长值。

2. 用户等级划分

- 需要设计一系列用户等级，每个不同的用户等级对应不同的成长值区间。

3. 用户等级特权

- 对每个用户等级都需要设计不同的等级特权，用户等级越高，特权的价值应该越高，以此来激励用户提升用户等级的动机；
- 特权类型：在项目中我们使用积分作为唯一“货币”，因此可以考虑将用户等级特权与积分消费挂钩。项目中可

设计两类特权，一是积分兑换商品享X折，用户等级越高折扣率X越低；二是开通付费会员省Y积分，用户等级越高可省的积分Y越高。

4. 成长值风控

- 设置成长值获取上限：为了避免恶意用户使用技术手段，利用系统可能存在的 BUG 恶意刷成长值，我们需要设定每个用户每天能获取的成长值上限；
- 异常数据锁定：当某一用户当天获取的成长值超过上限，系统应该自动锁定用户，禁止用户执行任何操作。这应该是一个全局变量，每个页面都需要先判断用户是否已被异常锁定，如果用户已被锁定，则应该跳转到用户被锁定的提示页面。

基于以上内容，我们对用户成长体系的业务进行进一步的详细设计。

1. 成长值来源

首先，我们需要定义用户从不同成长值来源获得的成长值是多少，即

- 微信运动步数中的一步对应多少成长值
- 消耗一个积分获得多少成长值
- 发表一篇笔记获得多少成长值

在定义完用户获得成长值的速度后，我们才能设计用户等级对应的成长值区间，我们需要确保用户不能很快达到最高的用户等级，才能让用户持续有升级的欲望和动力，才会让用户成长体系具有粘性。同时，也不能让用户等级的提升变得太困难，让用户觉得升级无望而放弃。

以下是我设计的成长值兑换比例，供各位同学参考：

- 1个微信运动步数 = 1个成长值
- 消耗1积分 = 1个成长值（不包含购买付费会员消耗的积分）
- 发表一篇笔记 = 1000成长值

发表笔记可以获得很多成长值，这样设计是为了激励用户多发笔记。用户发表的笔记越多，应用的粘性与用户的活跃度才会越高，这可以参考知乎和小红书的发展历程。

各位同学也可以按自己的理解来设计自己的成长值兑换比例。

2. 用户等级划分

用户等级的设计除了要考虑前述的升级速度，还需要考虑用户等级的阶梯分布，即越高的等级升到下一级的速度应该越慢。这样高等级的用户才会有优越感，而这种优越感反过来会进一步促进他们的活跃度。

以下是我设计的用户等级阶梯，供各位同学参考：

- 1级 用户成长值范围：0-19900
- 2级 用户成长值范围：20000-49900
- 3级 用户成长值范围：50000-99900
- 4级 用户成长值范围：100000-199900
- 5级 用户成长值范围：200000-499900
- 6级 用户成长值范围：500000-999900
- 7级 用户成长值范围：1000000-1999900
- 8级 用户成长值范围：2000000-4999900

- 9级 用户成长值范围：5000000-9999900
- 10级 用户成长值范围：10000000+

假设一个用户每天平均发表 3 篇笔记，走 5000 步路，他每天能获得的成长值是 8000。他将在第三天成为 2 级用户，第七天成为 3 级用户，第十三天成为 4 级用户，在前期他能比较快速地体验到用户等级提升的快感。而他要达到最高的用户等级则需要1250天，这是一个足够长的时间跨度。

各位同学也可以按照用户等级设计的思路，划分出更多更细的用户等级。

3. 用户等级特权

用户等级特权在本节开篇的功能需求中已经有了详细的描述。用户等级越高，享受到的优惠特权应该越多，以此来塑造用户等级的价值感。

以下是我设计的用户等级特权，供各位同学参考：

- 1级 用户等级特权：发表笔记
- 2级 用户等级特权：购物9.8折 成为付费会员省5000积分
- 3级 用户等级特权：购物9.6折 成为付费会员省5000积分
- 4级 用户等级特权：购物9.4折 成为付费会员省5000积分
- 5级 用户等级特权：购物9.2折 成为付费会员省5000积分
- 6级 用户等级特权：购物9折 成为付费会员省5000积分
- 7级 用户等级特权：购物8.7折 成为付费会员省10000积分
- 8级 用户等级特权：购物8.4折 成为付费会员省10000积分
- 9级 用户等级特权：购物8折 成为付费会员省10000积分
- 10级 用户等级特权：购物7.5折 成为付费会员省10000积分

各位同学也可以按自己的理解来设计自己的用户等级特权。

4. 完整的用户成长体系

将前面的设计整合起来，并给每一个用户等级取一个名字，我们就完成了整个用户成长体系的设计。

我设计的完整用户成长体系如下，供各位同学参考：

成长值来源：

微信运动步数同步、积分兑换商品、发表 UGC 社区笔记

成长值获取公式：

1 微信运动步数 = 1 成长值

购物消耗 1 积分 = 1 成长值（不包含购买付费会员消耗的积分）

发表 1 篇笔记 = 1000 成长值

用户等级：

根据用户当前成长值，从用户等级与等级特权表中计算得出

用户等级特权：

积分购物享折扣、更便宜成为付费会员

用户等级与等级特权表：

用户等级名称	成长值范围	等级特权
奶嘴	0-19900	发表笔记
幼稚园	20000-49900	购物9.8折 成为付费会员省5000积分
学前班	50000-99900	购物9.6折 成为付费会员省5000积分
小学	100000-199900	购物9.4折 成为付费会员省5000积分
初中	200000-499900	购物9.2折 成为付费会员省5000积分
高中	500000-999900	购物9折 成为付费会员省5000积分
大学	1000000-1999900	购物8.7折 成为付费会员省10000积分
研究生	2000000-4999900	购物8.4折 成为付费会员省10000积分
博士	5000000-9999900	购物8折 成为付费会员省10000积分
博士后	10000000+	购物7.5折 成为付费会员省10000积分

各位同学也可以按照以上格式完成自己的用户成长体系设计。

5. 成长值风控

成长值风控的第一步是识别出哪些成长值来源可能产生漏洞，即哪些成长值来源可能无上限地增加成长值。然后针对这些成长值来源设置获取成长值的上限，其中一种设置获取成长值上限的方式是设置单日能通过某一成长值来源获得的最大成长值。

积分兑换商品只有用户有足够积分的时候才会发生，这一用户成长值来源不会无限增加成长值。微信运动步数同步和发表 UGC 社区笔记则可能无限增加成长值。

对超过获取成长值上限的用户，识别为风险用户，系统自动锁定用户账号，禁止用户执行任何操作，同时记录这次用户账号锁定操作及锁定原因，供后续人工进一步排查是否恶意攻击行为使用。

我设计的成长值风控规则如下，供各位同学参考：

- 单日最大同步微信运动步数获得的成长值上限为 100000（正常用户单日走路超过十万步的几率很小，单日微信运动步数大于十万可以认为是异常行为）
- 单日最大发表笔记获得的成长值上限为 30000（正常用户单日发表笔记超过 30 篇的几率很小，单日发表笔记超过 30 篇可以认为是异常行为）
- 每个用户的每次成长值变动都需要进行前面两条规则的判断，如果触发规则，自动锁定用户账号，同时在风控日志中记录这次用户账号锁定操作及锁定原因
- 被锁定用户在打开小程序任何页面时，自动跳转到账号锁定提示页面，以此来实现禁止用户执行任何操作

各位同学也可以按照以上思路和规则示例设计自己的成长值风控体系。

以上，是一个用户成长体系业务设计的完整案例，请结合你自己的理解和想法，参照本节内容，设计属于你自己的完整用户成长体系。

下节预告

下一节，我们将根据本节整理的业务规则，对用户成长体系的功能与数据库进行设计。

实践环节

实践是通往大神之路的唯一捷径。

本节实操内容：

- 请以从本专栏内容中学到的知识为基础，结合你自己的理解和想法，设计属于你自己的完整用户成长体系。



12 获取微信运动步数：踏出实战开发第一步

功能与数据库设计：该分类拆解法上场了



更多一手资源请+V：AndyqcI
aa：3118617541