

¹

风语

WindTalk

商业模式设计

风语——商业模式设计文档

项目名称 风语

小组成员 单金明，冯国豪，郭瀚宇，贺伟

创建时间 2021 年 11 月 12 日

¹ 产品 logo 来自作者道剑@iconfont.cn，仅供学习用途使用。collection:初发图标库，tag:风

目录

0 项目总览.....	3
0.1 项目选题.....	3
0.2 组员信息.....	3
0.3 度量数值.....	3
1 客户洞察.....	3
1.1 使用最终产品的用户.....	3
1.2 开发者.....	4
1.3 产品设计人员.....	5
1.4 客服.....	6
2 构思.....	6
2.1 资源驱动：用户-开发者平台.....	6
2.2 客户驱动：小型开发者对交流平台的需求.....	7
2.3 供给驱动：产品特性迭代需求.....	7
2.4 财务驱动：降低开发和维护成本.....	7
2.5 多点驱动：辅助开发者构建用户社群，私域流量变现，创意交流.....	7
3 视觉化思考.....	8
3.1 视觉化讲述及花絮.....	8
3.2 视觉化画布及内容分析.....	8
4 模型构建.....	15
4.1 商业模式画布.....	15
4.2 要点介绍.....	15
4.2.1 客户细分（CS）.....	15
4.2.2 价值主张（VP）.....	15
4.2.3 渠道通路（CH）.....	16
4.2.4 客户关系（CR）.....	17
4.2.5 收入来源（R\$）.....	17
4.2.6 核心资源（KR）.....	18
4.2.7 关键业务（KA）.....	18
4.2.8 重要合作（KP）.....	19
4.2.9 成本结构（C\$）.....	19
4.3 要点关联.....	19
4.4 基本事实分析.....	22
4.5 市场潜力预估.....	27
5 讲故事.....	28
6 场景.....	32

0 项目总览

0.1 项目选题

风语——一站式用户反馈与帮助平台

0.2 组员信息

姓名	学号
单金明	191250022
冯国豪	191250031
郭瀚宇	191250039
贺伟	191250044

0.3 度量数值

本文度量数值如下。

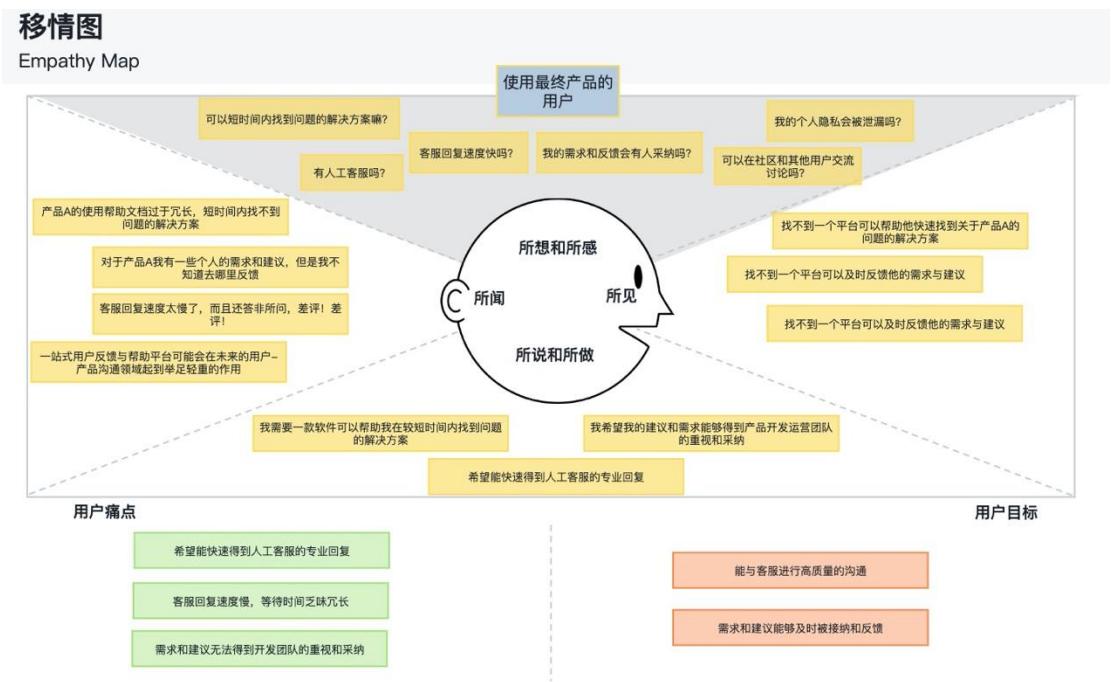
- (1) 客户洞察：移情图 4 张
- (2) 构思：商业模式设计候选创意 5 个
- (4) 模型构建：画布要点数量 39 个，关联关系 21 个，引用的调研报告与新闻报道 12 篇
- (5) 讲故事：故事数量 5 个，其中包含 1 个公司视角故事
- (6) 场景：场景要点 15 个

1 客户洞察

1.1 使用最终产品的用户

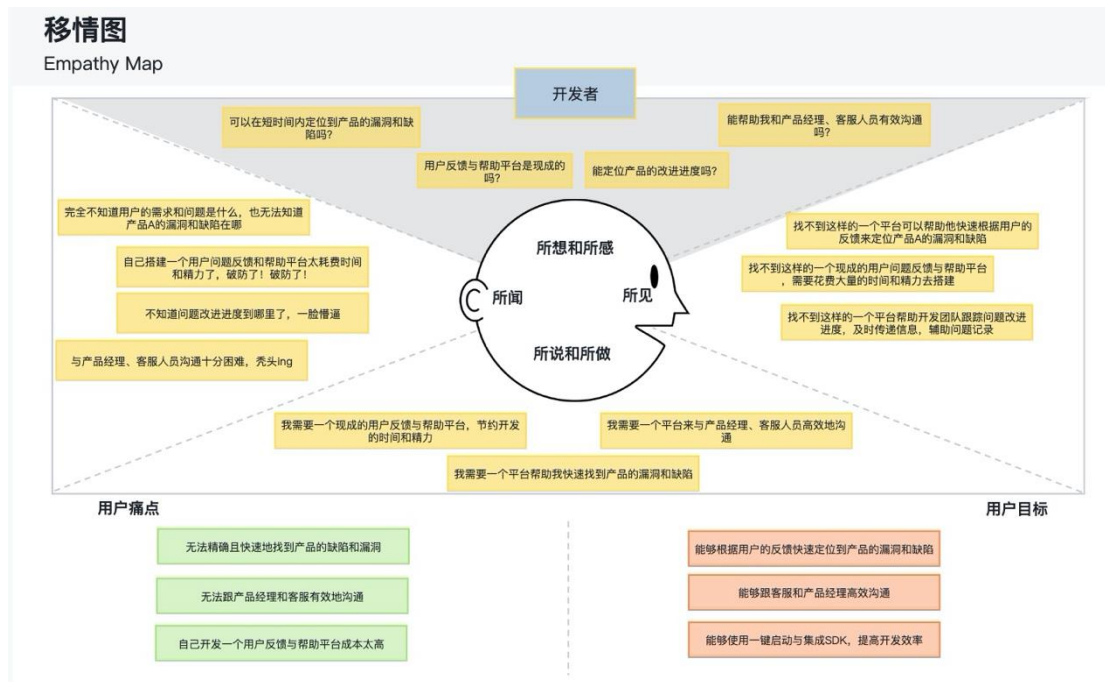
风语作为一个一站式用户反馈与帮助平台，必然要服务于最终产品的用户，实现用户问题的快速解答、用户需求的及时反馈，从而实现更好的用户体验。对于使用产品的普通用户，面对冗长的帮助文档，难以快速找到其所需的解决方案；

有需求与建议却不知道应该到哪里反馈;在寻求客服帮助时，却进入与机器人客服对话的状态，难以获取有效信息，这些都极大影响了用户的使用体验。而我们这个平台，便专注于解决用户的这些问题。下图是一个产品 A 的最终用户 B 的移情图。



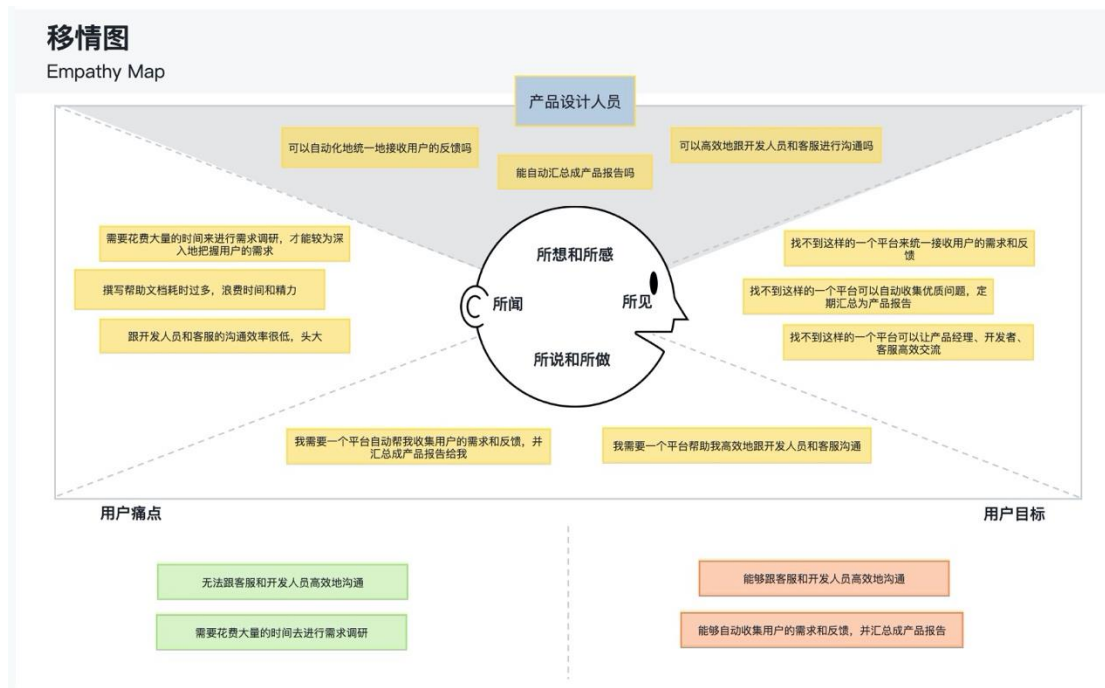
1.2 开发者

对于开发者而言，难以根据用户描述快速定位漏洞与缺陷，建设反馈与帮助平台也需要花费大量的时间与精力。而风语这个平台便可以完美地解决开发者的这些问题。下图是产品 A 的开发者 F 的移情图。



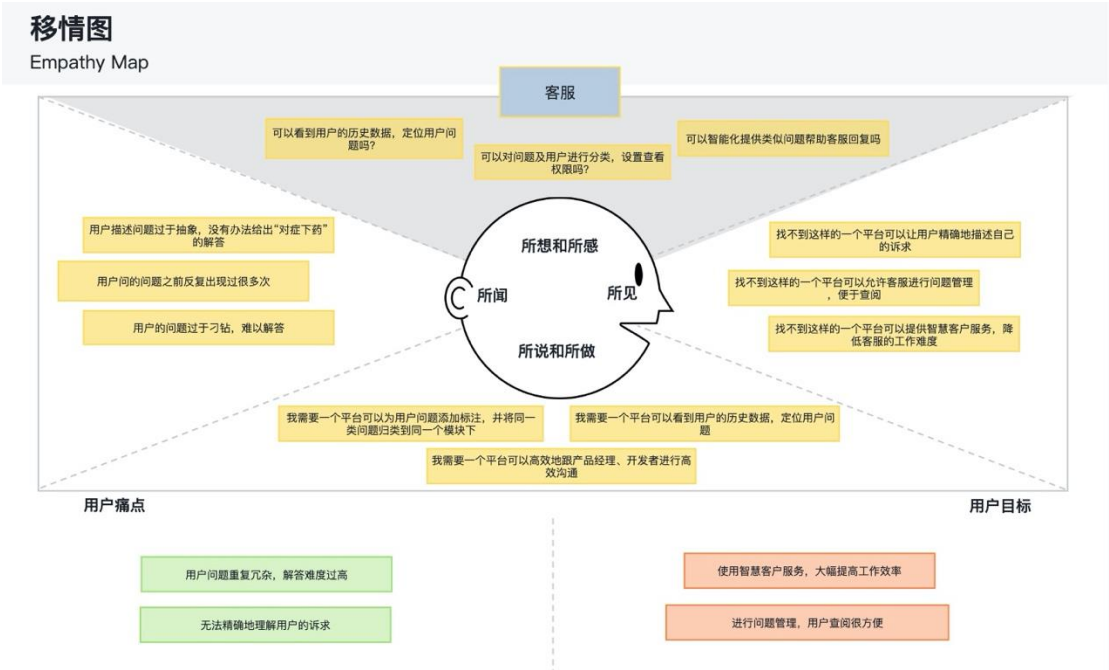
1.3 产品设计人员

对于产品经理, 缺少一个统一平台用来接收用户的反馈, 往往需要花费大量时间来进行需求调研, 难以把握用户的真实需求, 撰写帮助文档也需要花费大量的时间。而风语这个平台便可以完美地解决产品经理的这些问题。下图是产品设计人员 K 的移情图。



1.4 客服

对于客服而言，用户很难精准描述自己的诉求造成沟通困难，反复出现的同类问题也加重了客服的压力。而风语这个平台便可以完美地解决客服的这些问题。下图是客服 0 的移情图。



2 构思

2.1 资源驱动：用户-开发者平台

社区平台作为本项目的核心资源，是产品业务和营收的基石。用户-开发者平台的自构建保证了业务开展的独立性与稳定性。我们通过自构建的社区交流平台，为开发者提供收集用户反馈的渠道。平台提供论坛、发帖、私信和搜索等功能，方便客户产品更好的被了解和使用。同时我们提供个性化定制功能，可以根据客户需要对平台进行差异化改进。我们提供平台的接入方法，平台的使用权，平台管理工具、平台管理服务以及平台定制化服务等业务。

2.2 客户驱动：小型开发者对交流平台的需求

对于小型开发团队或者小型软件公司，其有限的开发团队导致产品往往需要进行功能聚焦保证产品质量，而用户反馈作为产品迭代的重要一环，我们可以为其提供高效、可靠的用户社区反馈平台，通过插件等形式嵌入产品之中，在不影响产品体验的前提下实现用户-开发者的交流平台。

2.3 供给驱动：产品特性迭代需求

传统模式下的用户反馈和产品迭代往往是通过企业公司用户调研和产品团队的分析进行的产品改进。然而，传统意义上的用户反馈和产品迭代具有成本高、周期长、门槛高等缺点。尤其对于很多小型软件产品，用户反馈无法方便直接的进入开发者的视野中，或者开发者不愿意过多接触用户个性化的反馈。开发者对用户给出技术性指导和临时性解决办法、以及后续解决方案，用户支付反馈费用并解决问题。

2.4 财务驱动：降低开发和维护成本

对于一个持续提供服务的软件产品，运行维护成本往往占据软件开支的大头，同时也是用户体验最容易出现问题的环节。为了保证产品的良好运转，企业往往需要花大价钱进行产品运营和维护。我们的用户平台为传统的运营维护提供了另一种可能，即通过构建用户-开发者社区，实现产品问题的及时反馈、通过有效互动交流实现用户正向反馈，同时降低企业运营维护的成本，实现真正的降本增效。

2.5 多点驱动：辅助开发者构建用户社群，私域流量变现，创意交流

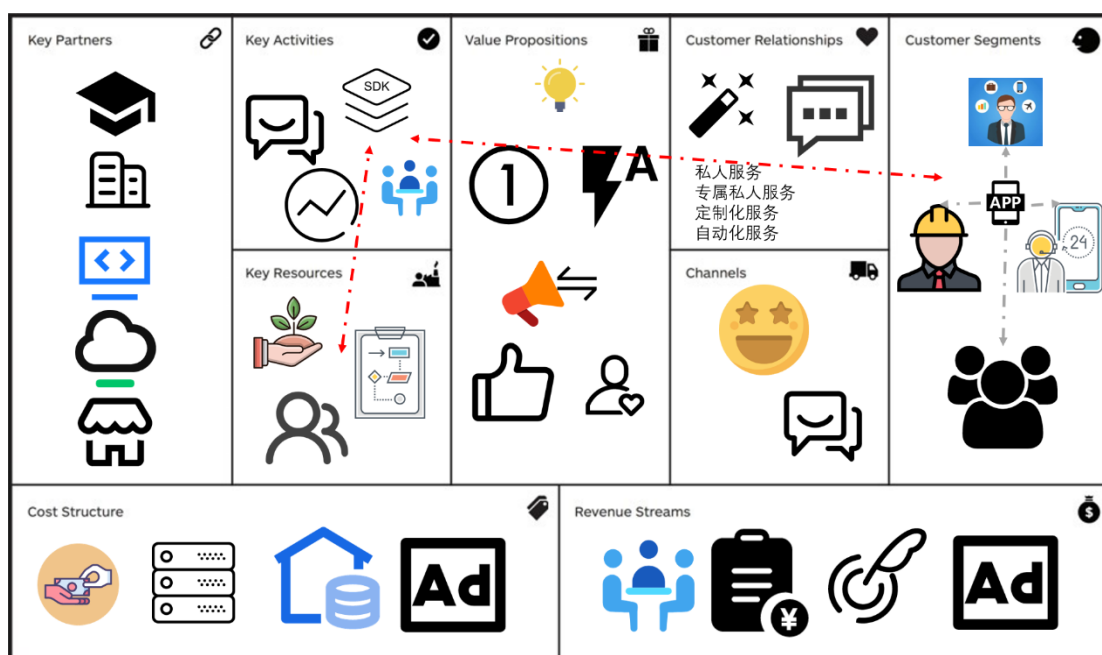
许多小型企业开发团队或者开发者有构建用户社群、利用私域流量的需求。通过用户群体实现创意交流或是商业变现。本产品通过社区这一平台，为创意交流、产品引流和商业变现提供了可能。

3 视觉化思考

3.1 视觉化讲述及花絮

视频链接: <https://www.bilibili.com/video/BV1244y1e7D9>

3.2 视觉化画布及内容分析



客户细分:

我们的产品的客户为中小型产品开发团队,致力于为他们提供用户社区建设与需求调研、产品改进的整体解决方案,优化产品建设工作流。基于这一点,我们将用户细分限定为中小型产品开发团队中的产品经理、开发人员与客服。



产品经理

借助“风语”平台，产品经理可以与用户建立更加紧密的联系，从而能够更加准确快速地收集用户意见与需求，产品用户会在用户社区中进行反馈，借助我们的数据分析与汇总系统，产品经理可以迅速地跟踪到哪些反馈点用户需求量较高，哪些是产品还存在的缺陷与不足，从而指导产品经理针对性地提出产品迭代与改进方案，促进产品发展。



开发者

开发者可以借助“风语”平台提供的 SDK 反馈跟踪能力定位缺陷信息，梳理缺陷发生环境与路径，结合用户反馈进行更加精准的漏洞定位，从而加快产品缺陷的修复，提高工作效率。



客服

“风语”用户反馈平台将社区历史讨论记录作为知识库进行汇总整理，为客服提供系统化的回复帮助指引，从而降低客服的工作量，使平台的知识系统更加规范化，让用户问题能够更快地得到解答处理。



产品最终用户

引入“风语”中间件的最终目的是使客户产品最终用户的用户体验得到提升，在使用了“风语”中间件之后，用户反馈渠道更加畅通、用户声音能够得到倾听，用户疑难能够得到解答，实现了用户服务流程的优化提升。

价值主张：



建立更加畅通的用户-产品团队沟通渠道

在产品的建设过程中，建立一条畅通的用户-产品团队沟通渠道是非常重要的，产品团队需要聆听用户声音，接受用户反馈，并根据用户反馈针对性地改进产品，提升产品使用效果。“风语”平台的重要价值便是扮演用户与产品开发团队之间的桥梁，用户与产品团队借助社区建立起了紧密联系，用户可以随时对产品疑难进行反馈，产品团队也可以为用户提供针对性的帮助。这对于产品的提升与发展意义重大。



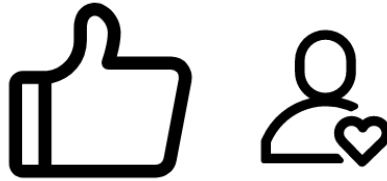
借助用户反馈为产品团队提供创意

用户反馈是产品团队创意的重要来源，满足用户的使用需求是产品的重要价值，但由于沟通渠道不畅，用户意见往往不能被充分地听取，而“风语”平台能够在用户反馈的基础上对用户意见加以汇总提炼，为产品团队整理出可行的意见与创意。在用户创意的基础上思考产品的改进方案对产品团队是有意义的。



一站式部署与自动化服务

产品团队使用“风语”平台的重要原因是自行建设用户交流社区费事费力，而且不一定能取得较好的效果，为了进一步为用户节省时间，提高效率，我们将优化产品的部署流程，实现一站式部署与自动化服务，用户无需进行过的的额外学习与维护，便可基于“风语”平台提供良好的用户服务。



构建更好的用户体验，使用户更满意

产品致力于改善用户体验，为用户提供更好的问题解决体验，能够使用户对产品更加满意。

关键业务：



用户交流反馈社区

用户反馈社区是“风语”平台的核心业务展示形态。通过建设用户交流与反馈社区，用户问题可以得到解答，用户反馈可以得到倾听，产品人员可以收集到更多的反馈意见，客服人员也可以将社区作为提供帮助的核心方式，用户交流反馈社区构成了用户与产品团队交流的基础。



SDK 一键搭建工具

一键搭建 SDK 工具可以被嵌入到用户开发的应用之中，实现用户社区的展现，用户反馈的收集，用户问题的解决，应用数据的采集，程序行为的跟踪都可以借助 SDK 工具一键实现，最大程度地降低了二次开发的难度。



数据采集与分析服务

“风语”平台支持对用户反馈数据进行分类汇总与统计，帮助团队进行功能设计决策与产品改进迭代。



咨询服务

我们同时为中小型团队提供咨询服务，为他们的产品开发与改进提出建议，帮助他们产品的提升与进步。

关键资源：



产品生态矩阵

依托整套的用户反馈社区方案，我们整合了产品经理、开发与客服的工作流程，用户可以在平台上进行完整的用户沟通工作流程，更加高效便捷。



算法

用户问题推荐算法与用户反馈分类算法等一系列算法是我们搭建平台的技术基础和重要资源。



团队

更加优秀有经验的团队是我们发展业务与开展咨询服务的基础。

客户关系：



私人服务/专属私人服务

我们为用户提供一对一的咨询和定制服务。



定制服务

渠道通路：



自建交流平台

通过自建平台与外部平台提升自身影响力。

关键合作：



技术社群

我们将与产品技术交流社区（如 CSDN、CnBlogs 等）进行合作，对我们的产品进行推广，同时我们还将自行建设产品交流改进社区，汇聚中小型产品开发团队经验，提升品牌影响力



高校&企业

我们希望与高校及企业进行合作，通过举办产品创意、用户调研等方面的比赛，扩大自身影响力。



云服务

我们将与云服务厂商进行合作，将服务搭建在云平台上，从而提供更加稳定的产品体验

成本结构：



支付员工工资、支付服务器成本、支付房租水电成本、广告营销

收入结构：



咨询服务收入、增值服务收入、定制化收入、广告收入

4 模型构建

4.1 商业模式画布

4.2 要点介绍

4.2.1 客户细分（CS）

1. 使用最终产品的用户：希望向产品开发者提供使用意见和建议以提高产品的友好度的用户。希望获得产品相关支持信息的用户。
2. 产品开发运营团队：
 - a. 开发者：希望收集用户反馈以及使用过程中出现的故障信息，并获取相应数据的分析结果，以便后续维护和开发的开发者。希望快速搭建帮助与反馈平台的用户。
 - b. 产品设计人员：希望高效准确收集用户需求的产品设计人员。
 - c. 客服：希望为用户提供更优质服务的客服团队。

4.2.2 价值主张（VP）

1. 创新：打破原有软件开发，软件开发团队自主开发用户反馈系统的缺点，将用户反馈系统单独抽象出来，简化软件开发流程，加快软件的开发。
2. 定制化：购买系统的软件商可以根据软件信息收集目标定制系统。
3. 一站式服务：实现软件开发商轻量化操作，软件上只要接入系统的 SDK，进行简单设置，即可自动生成个性化信息收集系统、并获取数据的分析结构。
4. 便利性：对软件开发者而言，改进了传统软件开发的流程，省去了软件开发团队单独开发用户反馈系统这一过程，使得开发更加便利；对客服而言，减轻客服工作人员的工作压力；对用户而言，友好简洁的界面能够让用户快速提出问题，并找寻解决方案。

5. 构建更优化的产品开发用户关系：以最简单轻便的方式帮助中小企业迅速构建起用户-产品经理-开发工程师-客户服务的完整链条，帮助企业降本增效，助力企业产品快速迭代发展。
6. 建立更加畅通的用户-产品团队沟通渠道：如何更好地与用户沟通，向用户传递产品的服务与价值观是非常重要的任务，“风语”用户社区作为联系用户与产品的一环，能够在用户问题解答方面连接用户与产品，形成畅通的沟通渠道。
7. 借助用户反馈为产品团队提供创意：先进用户的创意对于产品团队迭代开发产品非常重要。团队开发产品的目的是为了满足不同用户需求，从先进用户处吸收产品创意成为进一步开发的基石，对于产品的良性发展非常重要。

4.2.3 渠道通路（CH）

1. 合作伙伴渠道

a. 知名度

- i. 可以通过企业，个人的合作与宣传，提升自身知名度；
- ii. 同时教育机构，个人高品质的会议与成果会吸引更多的使用者使用该产品，或者促进其他机构与个人与产品的合作；
- iii. 反馈收集系统是群体性行为，好的反馈系统能够提高用户黏度，也会让软件开发者在使用该产品的同时，影响其他软件开发团队的决策而使用该产品，通过社交裂变的方式不断扩大产品的使用群体；
- iv. 购买：与企业合作，提供企业优惠等，大企业等能以优惠价格购得团体专属使用权；同公有云平台等服务提供商。

2. 自身渠道：

a. 知名度

- i. 制作官方网站，方便用户更好的了解我们，并且潜在用户在浏览到我们的网站时可以提高知名度；
- ii. 产品推广初期提供一定程度的免费服务，增强影响力和知名度；
- iii. 广告投放：通过广告投放，吸引更多流量，让产品进入我们目标企业的视野；

- b. 评价：通过问卷、问题反馈、在线客服等反馈机制让企业和用户对产品功能和价值主张进行评估；
- c. 传递：通过使用手册及操作引导的形式让用户明确产品的价值主张；
- d. 售后：有智能客服和在线人工客服，向客户提供售后支持。

4.2.4 客户关系（CR）

1. 私人服务：本产品提供人工客服，可以和客户进行交流，并在销售的过程中及购买完成后提供相应的帮助。
2. 专属私人服务：对于大客户或者有定制化需求的客户，我们会提供专门的负责人进行需求对接、关系维护和服务改进。
3. 社区：提供针对不同群体的在线社区平台，包括服务应用使用者的问题反馈、交流帮助社区和服务于开发者的后台数据分析交流、问题解决方案社区，帮助应用使用者更好的获取帮助、反馈问题，帮助开发者更好的了解问题和版本迭代。
4. 自动化服务：应用内嵌的 sdk，自动化收集用户使用信息并生成分析报告。
5. 定制化服务：为企业提供定制化咨询服务，对于在运行速度、存储大小或者功能需求方面有特殊需求的客户，我们会提供相应的定制化产品用于满足相应的需求。

4.2.5 收入来源（R\$）

1. 广告投放。在获得应用厂商允许后，我们会在社区的管理后台进行广告投放。
2. 咨询服务：我们可以对客户进行使用辅导和有偿改进。
3. 增值服务：我们会推出平台的标准版和增强版，其中增强版需要付费使用。
4. 定制服务：针对有意向购买的应用开发商和开发者，我们可以按照客户意愿对标准版平台进行针对性改进。比如针对平台运行速度的效率优化、减小所占空间的轻量级优化以及针对拓展业务的加强功能平台。

4.2.6 核心资源（KR）

1. 平台与生态。完善的社区服务平台作为我们主要的业务载体。包括平台构建、运营和维护。作为知识性资源的一部分，平台开发所构成的代码、框架和服务端将作为本项目的核心资源。
2. 咨询分析服务团队。咨询服务团队是我们人力资源的核心。我们在提供业务平台、后台管理以及 开发包的同时，也会对企业/开发者进行使用指导和业务咨询，帮助客户更好的使用本产品。
3. 用户智能引导算法。通过用户在 app 中的场景值、调用方法、本地缓存等数据，结合过往用户行为特征比较，本产品可以对用户进行智能化引导和相关问题的精准匹配。

4.2.7 关键业务（KA）

1. 应用帮助讨论平台：帮助企业与开发者快速搭建起功能强大的用户反馈与帮助社区，快速解答用户问题、及时反馈用户需求，从而实现更好的用户体验，帮助产品开发加强需求洞察，为企业降本增效。
2. 封装内嵌 SDK 开发工具：将平台的用户侧功能封装在为各平台提供的 SDK 中，开发人员可以方便地将用户反馈功能封装到已有的软件中，减轻开发压力。
3. 后台数据展示：收集用户使用意见平台的行为、用户在应用内的操作、场景值及缓存数据，并对这些后台数据进行展示。
4. 后台数据分析：对收集到的后台数据进行分析。
5. 平台咨询和使用引导：为用户提供使用指导和业务咨询，使用户能够熟练使用此产品，大幅提高工作效率。同时基于我们的咨询师团队，我们还可以为有需求的企业提供产品咨询服务。
6. 平台定制化服务：对于在运行速度、存储大小或者功能需求方面有殊需求的客户，提供定制化服务。
7. 广告业务：获得应用厂商允许后，在社区的管理后台进行广告投放。

4.2.8 重要合作（KP）

1. 高校、教育机构和企业：（1）与高校、软件开发公司的合作建立分销和宣传渠道。（2）与高校、教育机构、企业合作，提供教育优惠或企业优惠，高校、教育机构和企业能以优惠价格购得团体专属使用权；
2. 云服务器厂商：保存用户的应用内的操作、场景值、缓存数据等需要大量云服务器作为平台支撑，将数据同步到云端，保证数据的安全性，同时节约客户的本地磁盘空间。
3. 技术与商业社群：与技术/商业社群合作，进行产品推广与用户引流。
4. 营销团队：平台和营销团队之间合作，提高平台在大众当中的知名度，使平台成为客户的首选。
5. 应用分发商：与应用分发厂商（应用市场）合作，推广本平台提供的服务，起到宣传的作用。

4.2.9 成本结构（C\$）

1. 员工工资：平台开发维护时开发人员和维护人员的薪资。
2. 云服务器成本：开发初期使用云服务器平台节约成本，扩大存储空间。
3. 办公场所与办公设备：软件发布之后需要客服人员和维护人员提供持续服务，因此需要一定的成本对职员的办公设备进行维护。
4. 广告成本：通过大量广告进行产品的宣传，提高产品在大众心中的知名度，需要提供适当的广告营销成本。

4.3 要点关联

1. 2.2（定制化）-7.6（平台定制化服务）- 4.5（定制化服务）-3.1（软件开发企业）-5.4（定制服务收入）本产品对购买服务的软件开发企业定制化服务，用于满足客户的使用需要和对于运行效率、内存占用和拓展业务等方面的特殊需求，并根据定制化产品收取相应费用。

2. 3.1（渠道）-8.1（合作）可以通过和高校、软件开发公司的合作建立分销和宣传渠道，本产品与高校、教育机构、企业合作，提供教育优惠或企业优惠，高校、教育机构和企业能以优惠价格购得团体专属使用权。

3. 2.1（创新）-7.1（嵌入式平台、应用深度跟踪调查）本产品通过应用内嵌的讨论与跟踪平台实现了对于应用使用者问题的快速帮助和直连反馈，并通过内嵌的方式获得应用深度数据创造性实现

4. 1.2（软件开发公司）-7.1（嵌入式平台）-4.1（私人服务），4.5（定制化服务）本产品通过提供嵌入式问题交流解决平台，帮助软件开发公司实现从问题到反馈的专业解决方案。同时我们对购买服务的客户提供咨询服务和定制化服务，用于满足客户的使用需要和对于运行效率、内存占用和拓展业务等方面的特殊需求。

5. 2.3（一站式服务）-7.2（提供封装内嵌 SDK 开发工具）本产品实现了软件开发商轻量化操作，将平台的用户侧功能封装在为各平台提供的 SDK 中，进行简单设置即可自动生成个性化信息收集系统、并获取数据的分析结构，减轻开发压力，实现一次封装多种能力。

6. 1.2（软件开发商）-7.2（提供封装内嵌 SDK 开发工具）-4.4（自动化服务）应用内嵌的 sdk，自动化收集用户使用信息并生成分析报告，减轻开发人员的开发压力。

7. 2.4（便利性） - 7.1（应用帮助讨论平台）， 7.5（平台咨询和使用引导）出于便利性的价值主张，本产品建立应用帮助讨论平台，用户能够快捷的在其中互相帮助更大程度的理解和使用原产品；同时，为了便于用户更好的使用反馈系统，本产品提供了平台咨询服务和使用引用。

8. 7.7（广告业务） - 5.1（广告费） 通过软件开发商的允许，在后台反馈收集系统中嵌入广告（针对开发者、产品经理投放对应广告），以此获得广告费用。

9. 3.2.2（广告宣传） - 9.4（广告成本）为了推广我们的产品，我们采用广告等形式进行宣传。

10. 6.2（咨询分析服务团队）、6.3（算法）- 7.3（后台数据展示）、7.4（后台数据分析） 基于我们的咨询分析能力及优秀的服务团队，我们可以对用户需

求有更好的洞察，再结合我们的算法，我们能够提供更好的后台数据展示和分析的业务。

11. 6.2（咨询分析服务团队）- 7.5（咨询服务）- 5.2（咨询服务）我们的咨询服务团队可以为用户提供更高质量的咨询与分析服务，同时这也是我们的重要收入来源。

12. 2.5（构建更优化的产品开发用户关系）- 7.1（帮助与讨论平台）- 1（客户细分）我们改变用户关系的根本是创新性地采用了帮助与讨论平台的形式，这个平台为所有的参与者都提供了发言权，可以畅通他们之间沟通的渠道，这是我们的价值主张与目标。

13. 7.2（云服务器厂商）- 1.2（产品开发团队-开发者）我们的目标用户在进行他们的产品开发与维护时，也有很大的概率选择使用云服务，基于这一点我们同云服务厂商开展深度合作，借助此进行产品的推广与发展。

14. 7.2（云服务器厂商）- 9.2（云服务成本）我们在部署服务、存储用户数据时会使用云服务，这部分服务的购置会产生一定的成本。

15. 8.3（技术与商业社群）- 4.2（自身渠道-传递）借助技术与商业社群（比如微信公众号、知识平台等和一些专业的技术交流网站），我们可以发布一些专业文章和产品推广文章，以此来传达我们的价值主张，让更多的人能够认识到我们的产品所提供的价值。

16. 4.4（自动化服务）-2.4（便利性）-7（平台相关）对于不需要定制化服务的用户而言，我们的产品学习成本极低，通过在平台上简单的点击配置就可以获得一个可用的与用户沟通、交流的平台，这些服务都是由我们在平台上配置的自动化程序实现的，这符合我们实现便利性的价值主张，可以实现降本增效，提高生产力。

17. 4.3（社区）- 1.2（产品开发运营团队）在开发平台之外，我们还会有一个自有的产品交流平台，产品使用者可以在上面交流产品使用经验，这也是我们发展客户关系的重要方式。

18. 7.1（帮助与讨论平台）-7.2（SDK 工具开发）两个主要业务之间具有紧密的联系，帮助与讨论平台提供的推荐服务需要靠 SDK 工具来采集用户使用记录等信息，这两项业务需要紧密配合，无法缺失。

19. 7.1（帮助与讨论平台）、7.2（SDK 工具开发）、7.6（平台定制化服务）-9.1（员工工资）作为一个软件与服务导向的企业，我们需要大量人才（软件开发与产品设计方面）来帮助我们推动服务的开展，因此我们的主要成本是员工工资。

20. 7.1（帮助与讨论平台）-2.6（建立更加畅通的用户-产品团队沟通渠道）帮助与讨论平台作为“风语”用户社区服务的核心，连接了用户与产品团队，成为联系他们的沟通渠道

21. 2.7（借助用户反馈为产品团队提供创意）-1.1（使用最终产品的用户）在使用最终产品的用户中，有很大一部分是先进用户，他们对产品发展能够提出很多有建设性的意见，我们平台的重要内容便是帮助开发团队更快地筛选先进用户的思路，为产品团队提供更好的创意。

4.4 基本事实分析

1.

伴随着互联网技术的发展和科技的进步，用户参与创新过程有了新的路径和方法，例如社交媒体和互联网科技支持大量用户生成的内容，为业务转型提供了机遇和挑战；企业越来越多地利用信息技术进行各种创新活动，提供技术和平台打造利于用户创新的工具箱，在创新过程中与领先用户交谈、提供虚拟客户环境，围绕新产品、服务和流程进行开放创新等。

用户社区视角下的用户创新研究 任声策，翟珈玉，许 晖（上海海事大学经济管理学院，上海 201306）

分析：用户参与需求挖掘与创造过程，有其合理性。一方面用户是产品的使用者，他们的体验关系着产品企业的收益，为用户提供更好的产品体验是企业的愿景与使命，产品开发维护的企业需要从他们的用户反馈中寻找产品的改进建议与提升方向；另一方面领先用户有参与产品改进与提升的意愿，如果能够为他们提供更好的反馈平台，他们能够积极地参与到产品的改进之中，为相关开发人员提供大量有益的建议。

2.

VLUC 指虚拟领先用户社区，领先用户进行信息交互，以创建有关新产品和服务的知识，公司和社区成员在短暂的迭代循环中进行沟通，增强用户需求。在一个稳固的虚拟领先用户社区中，当用户向公司的产品或服务平台揭示他的创新知识时，公司可以轻松捕获这些知识并将其集成到其他用户的创新知识中。当前，企业已认识到用户在创新过程中的关键作用，研究人员和从业者也都强烈鼓励组织采取更开放的方法。Chesbrough 提出，在当今竞争激烈的环境中，组织必须采取开放式的创新方式，结合组织的内部和外部组成部分，成功地开发创新以获得竞争优势。用户社区衔接了用户和企业，提供外部专业知识作为策略资源，成为企业的战略资产，是用户创新的新路径。

分析：这揭示了产品社区运营的核心价值。产品社区运营的重要逻辑便是领先用户创建有关新产品与服务知识，再向公司平台进行反馈。如果能够将这个过程的自动化，能够让领先用户自发地参与到社区建设，自动化地凝练出平台知识资源，那么对于平台维护与建设会非常有益。

3.

用户社区实现了企业与用户的充分互动，作为消费者创新的载体向企业输送了大量创新源。用户社区结合了互联网的优势，具有比其他传统媒体更强的互动性，将带来规模经济和收益，在减少不确定性的同时获得新兴市场并补充知识。用户代表着独特的知识来源，对于新产品和服务的成功创新至关重要，用户社区可以将用户整合到创新过程的所有阶段来收集信息，这种来源不可能从别处获得。开放的用户创新社区促进了新思想的创造、用户之间以及开发团队和客户之间的交流，因而扩大了创新源。

分析：产品经理从用户社区中挖掘有效的信息，用于产品的改进与研发，能够极大发掘创新与改进的方向。

4.

用户社区对于企业而言是一种有效的策略，它以较低的成本获取用户的信息和创新源，减少了传统研发前期的创新投入，包括使用专利和知识产权等产生的创新成本，为组织提供更广泛的想法。此外，在互联网技术支撑下的用户社区模糊了地理界限，便于企业以低成本访问多样化的客户群。用户社区中的用户多数是自愿参与到用户社区中，群体大且广泛，因此可以带来成本化效益。

分析：用户社区是一种低成本方案，不仅能降低企业需求研发的成本，还能降

低企业的客户服务成本，是降本增效的有效方案。

5.

快速应用开发是 1980 年提出的。这是第一种挑战传统开发的开发方式，希望提高应用原型和迭代的开发效率。经过十多年的快速应用开发，高生产率开发再次将应用开发推向了一个新的高度。应用平台的快速发展已经从以开发人员为中心转变为以业务为中心，从根本上加快了整个软件开发生命周期。它可以实现应用程序的快速生产和交付，并开发创新的企业级应用。快速开发平台的一个共同特点就是——可视化。它的一个优点是复杂的技术隐藏在平台的背后，由平台本身来管理，让开发者可以更加专注于业务价值而不是克服技术障碍。

低代码和零代码快速开发崛起，迎来普通人开发软件的时代！

陈定玮介绍，平台提供封装的标准化组件，可以实现从产品设计开发、测试到交付、运营全生命周期的高质量建设。输入流程图，平台可自动开发、自动测试、自动运维。“飞算 SoFlu 让软件工程师从反复写代码、改代码的困境中解放出来，降低开发门槛实现自动化，有效帮助企业降低项目成本、提升开发效率、保证代码质量、简化团队管理。”陈定玮表示。（经济日报记者 沈慧）

分析：我们的平台上实质提供的是一种低代码开发服务，通过将用户反馈与产品社区拆分出去降低了软件产品的开发成本，能够更加有效地提高开发效率。

6.

从目前的情况来看，很多公司选择自建产品文档和用户反馈系统，并且有专门的人员进行维护。从表面上看，这种方式似乎为互联网公司打开了一个衔接用户和产品的桥梁，但是，实际上对于用户反馈的收集、归类和实现其实耗费了太多的时间和精力。事实上，很多互联网公司这套产品和用户的反馈机制是形同虚设的，并没有真正发挥作用，产品的开发和用户的需求依然没有有效对接。另外，很多互联网公司的技术水平其实并未真正达到这样一个阶段，这就导致了很多的反馈机制漏洞百出，并未真正发挥作用。

这其实是在做无用功。当互联网行业的发展进入到新阶段，特别是随着行业发展的日渐纵深，我们需要一套更加完备、更加有效、更加方便的用户反馈机制。很多时候，我们并不需要自建一整套的用户反馈机制，完全可以通过外部企业的赋能来构建这样一个高效、方便、快捷的用户反馈机制，从而为用户和产品的衔接找到新的突破口。

分析：自研用户社区费时费力，使用一站式搭建的平台能够有效提高效率与效果。

7.

根据艾媒咨询发布的《2019-2020 年中国移动社交行业年度研究报告》显示，截至 2019 年，中国移动社交应用使用率高达 96.9%。可以预见的是，未来一个时期内，互联网行业的覆盖率将会进一步增加，流量红利见顶的趋势将会愈加明显。痛点频出，互联网需要一个出口。平台模式的遭遇困境、流量的见顶、资本的退潮，其实都在告诉我们互联网行业的红利期已经过去。当下的互联网行业其实正在处于一个深度调整期，越来越多的互联网平台开始寻求转型，越来越多的新模式开始出现。这个时候，我们更加需要真实地了解用户的真实需求，更好地赋能互联网企业，才能让他们减少不必要的成本，专注于做互联网的产品开发。立足互联网行业的现实痛点，并且找到破局之道，才是互联网行业可以持续、稳步发展的关键所在。

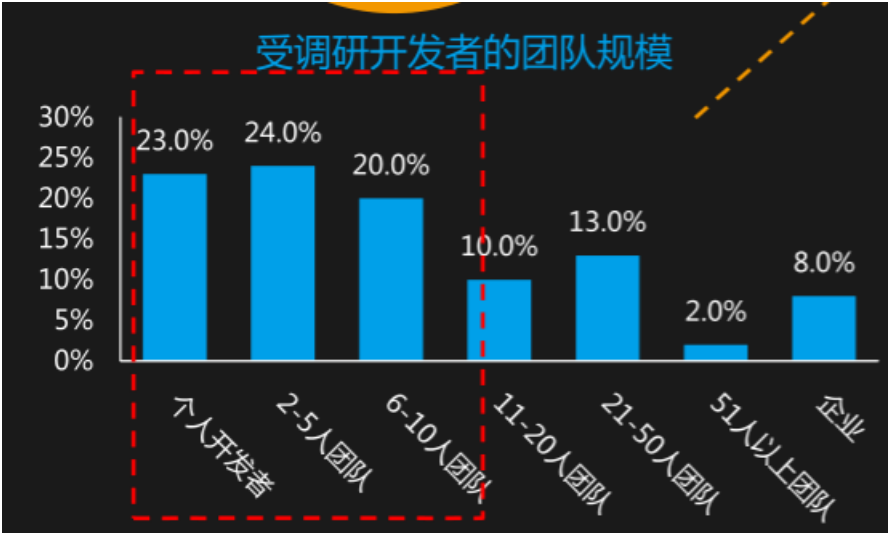
分析：在流量增长放缓的今天，如何向纵深发展进一步挖掘用户需求成为现实需要。如何从产品内部入手，谋求增长，是未来产品发展的关键路径，加强用户关系便是这一过程中的重要一环。

8.

人工智能发展带来便利的同时，烦恼和问题也着实不少：拨打银行热线，智能客服答非所问，想转人工太不容易；聊天机器人、语音翻译，被曝以人力辅助，欺骗公众；“ZAO”“蚂蚁呀嘿”等 AI 换脸软件，引发人们对这一技术安全边界的担忧。慢一拍，是“人工智障”；偏一步，是“智能人工”；快一着，就是“智能忧虑”。在人工智能耍酷的概念背后，其发展与老百姓的真实需求匹配度还有待提升，与实体经济融合尚有待加强，对科技、产业的有效支撑也还不够，需要正本清源。

分析：并非所有的企业都有能力自行开发智能客服产品，企业自研的智能帮助与客户服务会存在各种各样的问题，可能并不能帮助用户高效地解决问题，反而会增加用户的困扰。采取有效的手段来带给用户更好的产品体验与客户服务，是我们的目标。

9.



（中国 web app 开发者研究报告）

分析：小型团队开发 app 在所有 app 开发团队中占据约 7 成的比重，而这样的团队往往不掌握与用户沟通的技巧，无法维护持续稳定良好的用户关系，在产品升级迭代中也会出现问题，如果能够给予他们一定的帮助，能够促进他们实现商业成功，这部分产业发展空间十分广阔。

10.

对于运营来讲，需要了解各方面的需求从而及时的调整运营策略，其中用户需求就是很重要的一方面。只有充分了解了用户需求，才能掌握用户心理，进而将其转化为忠实用户。（选自产品经理经验分享文章）

分析：产品经理跟踪用户需求实际上是非常困难的，需要掌握用户心理，把握用户需求，这一点非常重要。

11.

“打了一小时电话愣是没找到一个真人客服”，这样的情况，你遇到过没有？江苏省消保委日前发布的一项调查显示，超一半消费者遭遇过客服难题。智能客服不智能；人工客服入口深、难接通，接通后问题处理效率低等，成为消费者普遍反映的问题。“智能客服使用多、人工客服接通难”现象背后的逻辑，需要从企

业、消费者以及社会三方面来分析和认识。（中国小康网 客服难题不该成为真正的难题）

分析:优化客户服务体验对于提升产品非常重要

12.

实施软件跟踪管理技术对于企业而言，它的意义在于确保每个被发现的缺陷都能被解决。这里，解决可能是指缺陷被修正，也可能是指项目组成员达成一致的處理意见（如不做处理）。软件缺陷跟踪管理过程中所收集到的缺陷数据对评估软件系统的质量、测试人员的业绩、开发人员的业绩等提供了量化的参考指标，也为软件企业进行软件过程改进提供了必要的案例积累。另外，有些软件企业还根据缺陷跟踪管理过程中所获得的缺陷数目分布趋势来决定软件产品的最佳发布时机。

分析：软件缺陷跟踪非常重要，如果能将软件缺陷跟踪与客户服务 workflow 联系在一起，将极大提高开发者体验与用户体验。一方面可以促进开发人员理解缺陷状况，另一方面可以提升用户对产品迭代的感知，让用户更有参与感。

4.5 市场潜力预估

“风语”产品将视角瞄准了用户帮助与反馈平台和用户社区建设这个方面。市场调研显示，大部分企业对此功能有较高需求，并且会投入较多资金进行平台建设，但并非所有的企业与开发者都能将这个功能做好，尤其是对于中小型的开发团队更是如此，他们往往没有精力与资本在用户社区建设上投入过多。与用户的沟通是产品发展过程中的重要一环，对产品能否成功起重要作用。目前中小型开发团队规模庞大，他们大多对用户帮助社区功能有需求，都有潜力成为“风语”产品的用户，这个市场是相当大的。目前市场上也存在类似的竞品，如腾讯兔小巢等，但他们没有像“风语”一样建立起系统的需求收集解决方案、客服解决方案与缺陷收集解决方案，在产品用户社区的建设上也或多或少地存在一些缺陷。总体来讲，“风语”的潜在客户规模庞大，市场需求旺盛并且这个需求会长期存在，市场上的竞品较少并且存在缺陷，我们的产品相对更具有优势，是具有较大的市场发展潜力的。

5 讲故事

故事要从 Lazy Dog 团队通过商业计划书获得第一轮天使投资后讲起，团队老大冯总决定通过敏捷开发快速将产品搭建上线，抢占蓝海市场。于是召集团队各部门部长，进行一次集体会议，确定产品技术选型，以及各方筹划，权衡出成本最低，效率最高的方式来搭建好产品。

初创团队各部门为：需求分析部，研发部，客户服务部。

冯总还特意邀请了目标用户代表小陈参与了会议。

1. 需求分析部门小匡

小匡作为需求分析部门的部长，他认为产品的功能需求分析已经完成，但是一个产品的好坏取决于三个因素：产品的基本功能、用户友好度和客户反馈服务。

一、 产品的基本功能

一个产品的成功与否，首先决定于产品的基本功能是否完善，是否能够切实的解决用户的需求痛点。如果产品的基本功能得不到良好的实现，那么用户就不会想要去尝试使用它。只有将用户当成上帝，充分的分析用户需求，解决用户痛点，才能将产品打造更加符合用户需求。

我们需求分析部门的主要成员专注于目标用户群体的基本需求，充分调研，现在已经出色的完成了产品功能及需求分析。

二、 产品的用户友好度

一个产品，尤其是工程化的产品，无论如何打磨，都避免不了瑕疵，只有建立一个人性化的反馈系统，让用户的需求得到充分的表达，让用户的问题得到充分的重视和解决，才能形成用户粘性，打造出口碑。

同时，我们在调研中发现，88%的用户表示他们在使用很多产品的时候，会因为产品使用的体验较差而选择其他家的产品，他们对于产品的友好度具有较高的要求。因此，我们团队专门指定成员针对产品的使用体验进行调研探索，综合了成功产品的经验和失败产品的教训，设计出了用户友好度高的产品模型。

三、 产品的客户反馈服务

此外，我们在调研中也发现，较多的用户都表示自己在使用某款产品都存在或多或少的缺陷，不能完全满足自己的需求，很希望产品能有一个良好的用户反馈系统，来提出自己对产品功能使用上的一些想法和诉求。

因此，我们必须以用户需求为出发点，充分的细化用户需求，解决用户痛点，融合人性化的反馈系统，让用户参与产品的进步，形成产品、用户协同进步的良好生态。

同时，用户反馈系统应该集群众之所想，集群众之所痛，集群众之所智，外加客户服务形成生态闭环，以此赋能客户用户创造价值，减少成本，增加成效。

同时我们认为客户反馈系统应该能够协助我们需求分析部分进行产品的完善，自动收集优质问题，定期汇总为产品报告，以此减轻产品设计人员的工作量。

以往，产品设计人员需要花费大量的时间进行需求调研才能够较为深入的把我用户的需求，同时还需要撰写大量帮助文档，浪费了很多的时间精力。

但由于我们团队的人数相对有限，未能及时的设计出一套满足用户需求的反馈服务系统，所以。我们团队内部目前讨论的出来的解决方案是：

1. 团队成员尽快构思出一套满足用户需求的反馈系统，并设计好原型；
2. 采用开源的反馈系统或者购买已有的反馈系统，直接嵌入我们的产品加以使用。

我们经过各方面权衡后，一致认为采用第二种解决方案。

2. 研发部门小猿

小猿同学穿着格子衬衫，一副黑框眼镜架在鼻子上，他推了推鼻梁上滑落下来的眼镜说到，我觉得产品功能的实现上问题都不大，但是考虑我们作为初创团队，技术积累不够，人员也不够，还得尽快的研发上线，抢占蓝海市场，所以我们应该集中对功能板块发力，先攻克必要的点，解决用户痛点，让用户有产品可用，等到产品相对稳定时，再来完善用户反馈系统。

此外，据我所知，当前大多数的用户反馈系统都是由机器人来完成相关服务，用户对于这类反馈系统大多厌烦，他们的表现如同人工智障。而且也不能很好的收集用户反馈内容中有效的信息，为我们研发部分提供参考。

同时搭建一个满足客户预期的反馈服务系统需要花费大量的时间和精力，效益太低了，对于初创团队也不友好。

或者说，我们使用已经存在的用户反馈系统，将这部分功能的实现变成一种可插拔式的方式来进行，这样用户反馈系统的功能既可以得到保证，又能够集中于产品功能的开发，实现产品的快速上线。

而且，我听说风语团队开发的一站式反馈系统——风语，就是专门针对我们这种中小团队，初创团队开发的，针对传统的用户反馈系统的缺点，结合了人工智能技术加以演化而来的，很适合我们团队目前的状况。

3. 客户服务部门小丽

轮到小丽发言的时候，她激动的说道，匡部长说出了我们客服人员的痛点，就当前而言，一般的客服人员对接的都是数百倍甚至数万倍的用户反馈，通过真人实时解答实在是有些困难，客服小姐姐的压力都非常的大。

就目前而言，我们客服部门人员的主要痛点是：

- 反馈用户太多，难以应付的过来；
- 用户描述问题过于抽象，没有办法给出“对症下药”的解答；
- 用户反馈的问题重复出现，大大的增加了客服人员的工作量；
- 用户反馈的问题种类繁多，角度刁钻，客服人员难以解答；

客服人员希望通过某种途径来减轻自己的工作压力：

希望反馈系统能够更加智能化，能够协助客户更加精确的表达自己的诉求；

同时，希望能够允许客服人员对问题进行管理，便于查阅；

也希望该平台能够提供智慧客户服务，降低客服工作难度。

4. 目标用户代表小陈

冯总点评后，终于轮到了小陈发言，小陈很激动，对于自己的需求说了很长一段时间。在谈到反馈时，他非常激动，他举了一些例子，像很多软件产品的客服，基本都相当于一个机器人，并且，自己的很多问题提问后，系统总会弹出一些不太相关的信息，踢皮球，问题并不能很好的解决，最后还是需要等待人工客服的回答。

因此，我特别希望能找到这样一个产品，当我在使用时出现问题时：

- 能够快速找到问题的解决方案；
- 能够及时的反馈我对产品的需求与建议；
- 能够通过某种方式帮助我们用户与客服沟通快速获取有效的信息。

.....

经过大家的一番讨论后，大家一致决定 Sprintboot 框架 + 风语团队开发的一站式反馈系统进行产品的研发。

很快，Lazy Dog 的产品上线了，一经上线便获得了不错的市场，投资人也加大了对 Lazy Dog 团队的投资。

Lazy Dog 不俗的成绩离不开冯总独特的眼光和敏锐的商业嗅觉，也离不开风语团队的一站式客服反馈系统的使用。

5. 企业内部视角

风语的使用，很大程度的减轻了 Lazy Dog 团队研发部分的开发压力，让研发人员能够专注于产品功能和用户友好度的开发，同时也在一定程度上缓解了需求分析部分人员的设计压力。

对于产品设计人员而言，风语能够帮助他们：

- 统一接收用户的需求和反馈；
- 自动收集优质问题，定期汇总为产品报告；
- 同时使得产品经理、开发者和客服交流更加的高效；

对于研发人员而言，风语能够帮助他们：

- 作为一个现有的用户反馈和帮助平台，节约开发时间和经费；
- 更加高效的和产品经理、客服人员进行沟通；
- 快速找到产品的漏洞和缺陷；

对于客服人员而言，风语能够帮助他们：

- 让用户更加精确的描述自己的诉求；
- 智慧化的进行问题管理，便于查阅；
- 提供智慧客户服务，降低客服的工作难度；

对于产品的最终用户而言，风语能够帮助他们：

- 快速找到产品问题的解决方案；
- 可以及时的反馈自己的诉求与建议；
- 找到平台可以帮助他与客服高效沟通获取有效信息；

6 场景

1. 需求分析部门小匡

小匡作为需求分析部门的老大，从小猿那得知风语这款一站式的用户反馈服务系统后，便积极的同部门成员进行调研（了解并评估）。

他们发现这款产品在某程度上颠覆了他们对用户反馈系统的认知。对于用户的反馈和需求的建议，他们不再需要通过人工来一一鉴别用户的反馈，风语平台会自动根据他们制定的关键词进行检索，筛选出有效的建议信息，自动收集优质问答，定期汇总为产品的报告。极大的简化了部门内部员工的工作内容，部门员工也拥有了更多的时间专注于细化员工需求，专注自己的生活。

同时，小匡发现，部门内部成员在同研发部的开发者进行沟通时，也能通过风语系统上面的细分内容同开发者进行高效的交流，而不再是互相理解困难（交互）。

小匡发现，每次进入风语后台管理系统，总能通过合理的可视化界面洞察到用户门的需求痛点，以及用户最多探讨的希望改善的使用场景，部门内部员工的氛围也越来越融洽（评价）。

2. 研发部门小猿

小猿作为一个技术宅男，他是 Lazy Dog 团队内最早知道风语这款产品的人。起因是，小猿自己也发现，有时候在使用别人的产品时，遇到一些使用上的痛点想要快速反馈自己的需求找到解决办法，点进客服反馈系统，总是跳转到“人工智障”的机器人，而且给出的解答方案牛头不对马嘴，很痛苦，又得麻烦的找人工客服解答…（起因）

于是小猿便想通过现有的开源的用户反馈系统，加上自己对反馈系统的使用上的痛点，改进出一个更好的用户反馈系统。于是小猿便得知了风语团队开发的一站式用户反馈系统，打造了以社区的形式，集合群众的智慧、使用户参与产品的研发，用户产品协同进步的全新方式。（了解并评估）

Lazy Dog 团队在应用风语后（购买、获得），很明显的减少了研发部门员工

的工作量，使得研发部门员工更能专注于产品功能的实现，节约了开发的时间和精力。（效果）

小猿表示，自己之后将更加关注风语团队的产品，也希望风语团队的产品能够给他带来更大的亮点。（可能的再次购买、售后）

3. 客户服务部门小丽

在新产品上线后，小丽听说研发团队采用了一个高技术的系统，大大的减少了她们客服人员的工作，小丽十分好奇。（了解并评估）

刚开始小丽的工作量没太大区别，还是日常的恢复使用者的一些简单的问题和疑惑，偶尔遇到一些难以解答的问题，便记录下来同研发部的同事进行交流。但随着产品的使用者越来越多，问题的积累越来越多，小丽发现自己的工作量并没有增加，反而略微有所减少，系统中存留的问题解答记录也越来越多，很多时候自己对于某个功能存有疑惑，刚在产品中输入关键字，便能或者社区中成员的优质解答，非常便利。而且，自己只要给问题贴贴标签，便能让各种问题得到分类，充分的解放了自己的生产力，接听电话的频率也大幅度的降低。（交互）小丽不得不感叹，科学技术就是第一生产力。（评价）

4. 目标用户代表小陈

对于小陈而言，他在 Lazy Dog 团队的产品一上线并下载使用，主要是针对该方向的需求还没有比较好的产品可供使用。他在使用上，偶尔也会遇到一些不完善的地方，他也会像往常一样打开用户反馈系统进行求助。

不过这次不同的是，用户反馈系统的使用方式更加简洁便利。通过搜索框输入关键字，系统立马弹出了相应的优质解答；对于那些没有解答的问题，系统也会根据关键字生成相应的问题模板，只需要简单的修改几个关键字便能提交，同时系统还会询问是否通过人工客服来解答使用疑惑，简直不要太贴心。（交互）

小陈表示，Lazy Dog 的产品很大程度的帮助他解决了生活上使用上痛点，但是最令他感到惊喜的是，产品的使用服务做的如此周到！是他之前想都不敢想的。（评价）

Lazy Dog 团队在收获到第一阶段的成功后，团队内部成员也在立即的投入到了下一次产品的迭代中！