

Emile Su

苏超鹏

2017年1月20日

# 海金汇平台改版企划书

## ——产品层面的改进示例说明

当前，特别是2016年以来，国内互联网金融P2P的市场环境已进入分水岭阶段，大平台继续保持优势，市场份额在持续扩大；中小平台在自身运营能力不足、市场监管趋严的情况下，正在逐渐边缘化。新平台想要市场中抢获一席之地更是不容易。P2P市场经过近四年的发展，企业各种运营套路已相当成熟，用户水平和风险意识也越来越高，现在的环境已不再是三年前的那个低门槛的P2P市场，对于新平台来说，产品专业化是需要解决的第一个问题，本企划书将对当前海金汇平台在产品层面所存在的问题，以及如何改善和规划进行示例说明。

## 企业整体形象优化

企业形象直接影响用户的第一印象，第一印象不好，之后的任何改善都于事无补。这里的“企业形象”并不只指办公环境、人员素质等，而是指对外展示的所有方面，具体包括网站、APP、微信微博，以及其中的文字、图片等用户能够感知的所有信息。从这个层面来说，目前海金汇（天天网贷）所做的还远远不够。如果这些不进行更好的优化改进，所做的任何企宣推广都将收效甚微，甚至还会起到负面影响。所以，对

企业形象进行一次深入彻底的基础优化，对于长远发展是非常有必要的。以下从多个方面（不限于）进行说明。

## 一、网站

PC端网站是企业形象最直接的展示通道，甚至关系到资本对企业的估值，因此需要付出更多的精力和优先级，来做好网站形象的包装。

当前网站存在的问题，包括页面陈旧、风格不统一、图文排版欠规范、文案水平较低、操作交互体验不友好等等。诸多问题不是一次性快速能够完全改好的，它涉及到文案规范、页面原型设计、技术对接实现等多个细节，需要分阶段逐步改进、测试、完善，具体计划如下：

### 1、VI形象规范和页面原型设计

VI形象规范和页面原型设计的目标是一步到位，把企业包装成“专业、科技、规范、领先”的现代化形象。

当前网站存在很多字体、字号不统一，不注重网站风格的颜色和图片滥用等问题。VI规范化将会对平台的logo、风格、字体使用、颜色使用的方面进行一次彻底地标准化梳理，避免企业各部门无标准使用而造成的企业形象混乱，从而损害企业形象的情况。这是最重要的基础工作之一。

在VI规范完成后，将对每个页面的改进做重新的原型设计。原型设计将参考国内外领先平台（如人人贷、投融家、积木合作、lendingclub等），使海金汇在整体形象的专业度上，直接挤进国内领先行列，并且成为广西标杆平台。原型设计文档完成并交董事领导通过后，将进行技术对接开发。

### 2、企业文案表述规范化

对当前网站进行仔细分析后发现，网站有多处文案内容，存在用词句使用不当，脱离主流的表述趋势的情况。因此，需要对整体文案表述进行规范梳理，的目是：a、形成一致的企宣口径，提升企业的专业形象；b、为了日常工作行为的统一高效。

需要规范梳理的内容包括：网站宣传包装文案、产品说明文案、发标描述文案、业务流程文案、企业简介文案、新闻公告文案、活动文案、图片及摄影规范等等。文案规范需要全公司人员遵守实行。

### 3、优化用户的使用体验

优化操作体验包括：a、产品描述，例如创始会员功能的设计和描述可以进一步优化，用更好的图文界面来增加该功能的吸引力。b、图片质量，图片导出格式错误，会导致不对齐、迷糊等，例如信息披露的内容，通过这些图片质量优化以减少出现这些低级错误。c、操作流程逻辑，例如对注册逻辑进行精简引导是很重要的，它能够提高用户第一次使用的体验，让用户的初体验能够收获舒心畅快的感受，从而激励用户持续使用的意愿。

## 二、APP和移动端wap版

### 1、APP优化

APP的优化基本上也借鉴PC端的优化内容进行整理，同时对整体的UI进行改进，以接近大平台的标准。此外，当前P2P平台繁多，如果APP优化得不是很出色的话，除了真正投资的用户之外，APP的装机率并不高，这也是目前我了解的众多企业遇到的问题和难点。优化是基础工作，必须紧抓，用户一旦下载，必须给到他最好产品使用体验。

### 2、移动端wap版

为了更好的一步到位，建议在PC端页面优化的同时，直接进行响应式设计，这取决于公司的技术能力水平，需要进行对接沟通而定。移动端wap版有利于手机登录网站时的浏览体验，体现公司的专业度，树立口碑形象，也有利于之后的微信版开发。

## 三、微信微博等新媒体

微信微博等新媒体需要持续进行日常维护，做好工作流程的操作规范，坚持日发。发布的文章要符合文案规范的要求；官方微博要进行基础的刷粉，保证在3-5万的活粉量。官方微信要对每天的主推文刷浏览量和点赞，保持500-1000的浏览量和20-30个的

点赞数。这样做的目的是为了与公司形象保持一致，减少用户疑问和顾虑，也有利于企业的价值评估。

以上三个方面的改进，将对企业整体形象的提升打下良好基础，也将对进一步大力推广做好准备。

## 活动策划及推广

活动策划及推广必须建立在已经做好基础形象优化之上，否则将事倍功半，甚至是负面影响，反而使用户对企业 and 产品失去耐心和信心。此外，当前P2P平台众多，各种活动更是不计其数，因此，纯线上的活动策划及推广想要使产品脱颖而出，是非常困难的。好的企业形象、优秀的活动文案设计，能在一定程度上提高成功的概率，但并非绝对。

针对目前天天网贷的问题，改进计划如下：

### 一、活动策划

活动策划必须遵循这几个原则：

1、活动规则设计必须简洁明了，必须在50个字、一条短信以内把活动内容说清楚。

2、不要把一个活动赋予太多的目的性，要“多活动、少规则”，例如，一个活动不能既希望用户又注册、又转朋友圈、又投标、还要定投标额度。实践表明，这样的活动设计使规则太复杂、目的性太强，用户将会很大概率放弃参加。正确的做法应该是针对不同的目的设计不同的活动，保证简单的同时，用户可以选择性的参加，不给用户造成太大压力。

3、保证固定活动，灵活安排事件性活动，事件性活动需要增加趣味性。固定性活动一般是鼓励用户注册或充值，需要稳定进行长期有效；事件性活动将针对不同节日，提前制定全年的活动目录规划，并提前一个月进行技术功能的对接开发。

## 二、推广

平台的推广包括多个方面，不同时期，方法不同，效果不同，无准确定式。就目前来说，很多推广途径是拒绝P2P平台广告进入的，所以具体的推广方法需要具体研究制定，在此不细述。尽管如此，一些基础的推广工作是必须持续进行的。

### 1、关键词与网站文章更新

经观察发现，当前平台网站竟然没有进行关键词设置，这是建站比较大的失误之一，这将导致搜索引擎对网站的搜索友好度下降，大幅降低网站在百度、360等搜索引擎上曝光的概率。更名海金汇后，将对这一问题进行改进处理，针对性地设计关键词和长尾词。

此外，网站的行业动态板块，要坚持每日更新文章，文章需要使用网站关键词进行伪原创修正，提高搜索引擎收录率，从而提高搜索排名权重。

### 2、原创软文的门户网站发布

每个月精写2-3篇原创软文，向著名门户网站（新浪、网易、腾讯、中华等）的新闻版供稿发布。这样做的目的是占据搜索引擎前两页的搜索结果，保证企业和平台的正面口碑，引导用户的良性关注和第一印象。对于负面评论和消息，需要及时删除，避免持续发酵而制成不良后果。

## 产品的持续升级

企业形象和宣传推广都是在软性的方面进行改善，但回归本质，更需要对自身产品的竞争力进行硬性上的升级，否则所有的行为都是很难持续的。

## 一、完善产品的各方面配置

按当前主流P2P平台趋势，对产品各方面配置进行完善：

### 1、完善各种资质

虽然当前广西区内政府对P2P平台暂无明确的资质要求，但需紧跟政策趋势，尽快使平台往合规化道路发展，才是长久之计。在此基础上，需要多进行业间的交流活动，包括区内外的各项会议论坛等活动，增加企业和品牌的曝光度，以收集更多的企业发展相关素材，形成更多正面化形象，达到企业、品牌和产品的增信目的。

另外积极加入各行业协会组织，借助协会威信来宣传自身形象，能更好的增信。

### 2、尽快加入互联网金融协会

加入互联网金融协会的门槛较高，但一旦加入，平台价值将得到巨大提升。当前加入条件需有上市公司背景或知名风投B轮以上投资等等，海金汇应积极创造条件，尽力公关，加入协会以完成平台质的飞跃。

### 3、尽快完善各种安全配置

完善P2P各项主流的安全指标，包括银行存管、资金托管、履约保险、风险准备金制度、金融资产质押制度、逾期平台垫付制度、风控体系及相关制度、信息安全、技术安全等。这些东西将直接影响到用户的选择决策，没有做好这些基础配置，产品很难具有说服力，各种宣传推广的效果也不会明显。

## 执行难度与总结

以上从大的产品层面，剔除细节，对当前存在的问题进行了概括分析。如果据此按照严格高标准，对海金汇平台进行一次改进升级，将是个较大的复杂系统工程，每个环节每个细节都需要严格统筹把控，并牵扯到多部门间的协调合作，更是对耐心、责任心、执行力的严峻考验。

但是，互联网产品的本质上就是挑战极致，用户只会选择并接受最好的产品，“比较好”的产品用户根本就看不上，更不用说“一般”的产品了。

因此，虽有难度，但确有必要，请各领导和董事斟酌决策。







