## **问题回复：**

## **如何确保用户分享好物的动力：**

1.用户分享好物得到赞赏的时候，积累点赞数可以兑换奖品

2. 获得高点赞数的用户可以收到由系统送出的小礼品。

3.在运营成熟后，可以与部分专门针对学生党的品牌供应商达成合作关系，高点赞数用户将会成为校园大使，校园大使可以与供应商达成合作，对供应商产品进行推销，而校园大使相应也会获得供应商提供的赞助。

## **可行性不大，无法确保用户基数：**

1.初始时可通过新生班导、院团委学生会以及在学校和学校的各个社团进行宣传。

2.可通过品牌商的赞助支持社团活动，从而举办一场关于生活的活动，参与活动的可以获得综测或者奖品的奖励。

3.可以与一些生活有关的活动、团立项等进行合作，我们的好物分享平台，不仅仅分好物，也会分享使用好物的经验。

4.在平台为用户提供良好的互动环境，建立起用户对平台的黏性。

## **没有很吸引用户，基础用户群体较大；用户是否愿意分享，分享的积极性：**

1.通过问卷调查，我们了解到，若能够为用户间提供良好的互动功能，用户是乐意于存在一个平台去分享他们的购物经历。

2.平台本身是为大学生们提供一个互帮互助的地方，许多用户其实都有着分享的欲望，特别是购物经历在极好或极差的时候。

## **售后问题，如何防止恶意广告：**

1.强调我们只是分享平台，不是电商平台，所以并不会存在售后问题。

2.除了点赞功能，我们还设有踩雷标签，如果分享的好物踩雷标签过多，我们会认为其为恶意广告，当分享过多踩雷好物时候，我们会对用户进行处罚！

3.用户若发现他人分享帖内容不实，可以向平台举报，平台会进行二次审核，并做出处理。

## **不愿意在熟悉的人面前分享：**

我们在注册的时候会要求学生填写相关学号真实姓名的信息，以确保是本校学生，

但是在用户界面并不会展示这些信息，只要稍加注意，并不会被熟悉的人认出。

## **如何和小红书等类似的产品竞争：**

现在市面上同类的产品更多的是面向于社会大众，无法为校园内的学生群体提供更具体、更适宜的推荐内容，而我们也正是从学生群体出发，致力于学生群体间的沟通与互助，为校园生活提供便利。

**需求分析的改进：**

在本次现场展示中，我们项目暴露出来的问题是，在运营前期，由于缺少用户基数，平台内容缺乏，无法对新用户产生足够的吸引力。所以需要在运营前期提供一个有效的方法，获取足够数量的基础用户群体，并且需要用户分享一定数量的分享帖用来吸引后续用户。

在前期宣传方面，我们做出了详细的推广方案，来吸引第一批用户的加入：

1.通过海报+二维码模式，在食堂和宿舍楼门口张贴海报进行宣传，吸引同学们注意力。特别是在新生开学季和大型购物日，可以加大宣传的力度。

2.通过向学院或学校介绍我们的产品，获得在微信上发送推文的机会，介绍我们的产品，并在推文中附上app链接。

3.公众号与小程序结合：由于小程序即用即走的特点，所以小程序无法维持与用户的高粘性，所以容易造成用户流失，不过可以将公众号与小程序进行结合。通过公众号绑定小程序，底部菜单设置 微信小程序 入口，文章插入小程序卡片等方式可以达到锁住用户的目的。

4.发动身边同学的力量，通过群或朋友圈分享，介绍我们的小程序，并进行推广。

5.在小程序中加入邀请有礼选项，通过分享小程序，能够获得一定奖励，并且在好物帖上添加分享选项，用户可以将小程序连接分享给同学、朋友。

由于我们团队队员同时有担任学院社团的相关职位，以及班导等角色，在初期的宣传方面有一定的优势，能够做出较为有效的推广，这也是我们团队的一大优势之一。