

项目名称 HEARTECHO 心声——关注您的心理健康

项目策划书

目 录

第一部分 市场分析.....	3
一、市场概述.....	3
（一）市场整体综述.....	3
（二）项目市场综述.....	3
二、竞争项目分析.....	4
第二部分 项目分析.....	4
一、项目概述.....	4
（一）概述.....	4
（二）经济技术指标.....	4
（三）产品构成.....	5
二、目标客户分析.....	5
（一）客户特征.....	5
（二）目标客户广告形式分析.....	5
（三）媒体选择策略.....	5
三、项目 SWOT 分析.....	5
（一）项目优势.....	5
（二）项目劣势.....	5
（三）项目机会.....	6
（四）项目威胁.....	6
（五）竞争项目对比分析.....	6
（六）项目核心竞争力.....	6
第三部分 项目定位.....	7
一、要点阐述.....	7
二、产品定位.....	7
三、客户定位.....	8
第四部分 推广策略.....	8
一、项目推广定位.....	8
二、项目推广主题.....	8
三、项目推广节点.....	8
四、各阶段推广主题及计划.....	8
（一）项目渗透期.....	8
（二）形象导入期.....	9
（三）产品造势期.....	9
（四）产品强销期.....	9
第五部分 费用计划.....	9
一、费用比例.....	9
二、推广费用明细表.....	9

第一部分 市场分析

一、市场概述

（一）市场整体综述

随着社会高速发展，国民的物质生活得到极大改善，但因为社会竞争、工作压力等因素影响，情绪焦虑、性情急躁的现象普遍存在。社会的浮躁现象令仍未走向社会的青少年，或初入职场的毕业生们感受到来自社会的压力，心智尚未完全成熟的他们抗压力心理较差，又因为叛逆期种种因素的影响，往往不会向家人倾诉，久而久之难免出现心理问题。根据相关机构的不完全统计，近年来存在心理健康问题的青少年人数直线上升，青少年心理健康问题不可忽视，社会应该更加重视青少年的心理健康发展。现实生活中，青少年有较强的自我保护意识以及顾虑等主观原因，以及家人工作繁忙，无暇顾及孩子心理健康等客观原因，青少年的心事难以向家人述说。相较于温暖人心的心灵鸡汤，向人倾诉心事、有人理解更能让心灵感的慰藉，而向陌生人述说更能放下心中顾虑，更从容地表达内心所想，缓解负面情绪和心理负担，因此匿名发表想法的树洞类型社交软件或公众号能够满足青少年对倾诉烦恼以及市场发展的需求。近年来相似性质的社交软件层出不穷，但质量参差不齐，而且被不少不法分子利用，有甚者会向青少年传播不良信息，更甚者利用软件进行犯罪行为，不利于青少年心理健康成长，市场需要一款能够帮助年轻群体排忧解难，缓解年轻人负面情绪的良好平台，更好地引起社会对年轻群体心理健康的关注。

（二）项目市场综述

市场需求：社会高速发展，竞争愈渐激烈，年轻群体要面对来自社会各方面的压力，心智尚未完全成熟的他们难免出现心理问题。社会给予青少年的期望过高，孩子们大部分精力都投放在学习上，学习压力剧增，而放在解压疏导、休闲娱乐的时间更少。由于家长忙于工作，无暇顾及孩子的心理健康，学校亦更加重视学生们的学业，对心理健康教育有所忽视。另外，互联网的普及令年轻群体更容易接触到信息，网络存在各种各样的负能量，青少年普遍缺乏辨别能力，若接收到具有错误导向的信息，容易走向极端，对社会形成负面影响。近年来，存在心理健康问题的青少年直线上升，自杀、自残等负性事件频出，青少年的心理健康不能忽视，否则对社会发展产生负面影响。本项目为年轻群体提供一个可以发表想法、自由倾诉的平台，年轻人能够以文字形式倾诉心事，再得到过来人或专业人士的建议与指导，帮助他们走出低谷，更好地预防自杀、抑郁等负面现象，进一步改善青少年的心理健康，因此本项目符合市场需求，迎合社会发展。

市场现状：具有树洞倾诉类性质的社交软件或网站种类多样、层出不穷，受到不少年轻人青睐。但是这类型的平台不温不火，主要是因为大部分软件没有针对性，没有引导用户去做应该需要做的，用户以发泄、一吐为快为主，使平台成为一个没有营养的“垃圾桶”，或有人抱以其他目的使用此类软件，或利用网站向孩子

们传播不健康信息，甚至引导青少年犯罪，产生不健康的网络环境。更有相关平台会收取费用，且收费较高，对于没有经济能力的青少年或收入较低的年轻群体来说，这是一笔看似“不必要”的花费，因此一个健康、免费，具有针对性的倾诉平台更符合青少年的需求，以及弥补现有市场供应的不足。

价格特征：现有市场上以匿名交友为主的应用软件大多为免费使用，亦有充值会员或部分功能的付费项目。有专业心理医生提供建议的平台则需收取费用。本项目为用户提供一个免费的心理健康知识普及和倾诉平台。

二、竞争项目分析

1. 项目所在区域同类产品供给情况

种类繁多，供用户选择，但质量参差不齐，功能单一，不具有针对性。为人所知的平台有“Soul”、“Tell 解忧杂货店”、“树洞”、“松果倾诉”、“Moo 日记”等。

2. 同类产品的一般特征

以匿名交友为主，情感分析较少，较少平台拥有专业的心理咨询师资源。大部分通过简单的题目和大数据分析将用户分类匹配，志同道合的两人进行对话。界面整洁，容易操作，深受青少年喜爱。

第二部分 项目分析

一、项目概述

（一）概述

随着经济的发展，许多家庭的生活质量有所提高，却未重视未成年及青少年的心理。未成年人是一个极为敏感的集体，他们心理脆弱，价值观不成熟，容易走上极端，从而导致他们遇到挫折也不知道如何解决。而青少年及年轻人群遇到工作压力不想跟家人朋友倾诉，而我们的产品就会起到很好的作用。这是一款帮助他们释放压力的充满正能量的产品，他们可以通过聊天的方式，并且是匿名的，并不会透露对方的隐私，而我们将用人工进行回复，给予对方一些鼓励的话语，让他们能重新振作起来，既不让家人担心也可以解决他们自身的情绪问题。

（二）经济技术指标

工作人员	技术人员	公众号用户人数
4-5(人)	2-3(人)	500-1000

（三）产品构成

HEARTECHO 心声主要采用公众号的线上形式运行，项目后期条件允许的情况下，或开展线下心理咨询宣传会或线下交流会。本项目所提供基本服务：为客户创建一个匿名分享平台，让客户能够敞开胸怀向他人倾述，并且通过接受公众号留言的形式，得知用户的心理需求以及心理问题所在，稍后将有专门工作人员对应进行人工回复，负责倾听烦恼，回应烦恼。另外，工作人员会因不同用户的心理状况作出相应的处理（比如：给予鼓励的话语，站在客户的角度理解他们，转介专业心理咨询机构等）以缓解客户的负面情绪以及生活烦恼。在额外的时间里，公众号将推出相关推文，科普有关心理学的专业知识，形式不限，可通过一个个小故事来呈现，增加此产品的趣味性，令更多的人关注并使用这款产品。同时这款产品具有公益性质，主要目的是舒缓客户的压力、帮助客户建立自信，使他们的生活充满正能量。现计划，若后期经济收益客观，本项目将会为生活有困难的人（包括抑郁症患者）提供部分的经济或物资援助。

二、目标客户分析

（一）客户特征

主要客户为年轻群体（12-26 岁），年轻人的压力或多或少来源于生活、家庭、学业或工作，若无法及时释放负面情绪，一直积存在心里，久而久之便会存在一定的心理问题。

（二）目标客户广告形式分析

广告形式按照不同阶段进行调整。

项目渗透期：通过门户网站广告，公众号推广等方式，增加品牌曝光度。

形象导入期：利用媒体，例如电视、广播、户外广告等方式，建立品牌形象，宣传项目概念。

产品造势期：通过促销活动，派发传单，公益项目等宣传方式，提高人气。

（三）媒体选择策略

媒体选择分为线上和线下两种形式。

线上：创立微信公众号、微博、小红书和抖音等网络媒介，可在各官方平台上发布推文，扩大宣传。

线下：争取与教育机构、学校和政府合作，在机构或校内推广，以免费体验的方式吸引年轻群体咨询心理问题；发布平面广告等。

三、项目 SWOT 分析

（一）项目优势

据现年轻人心理健康调查显示，由于社会发展迅速，出现心理问题的年轻群体不断扩大，该项目的开展为客户提供一个良好的倾诉平台，有效解决现年轻群体在各个人生阶段出现的心理问题，保证年轻人心理健康，推动社会重视心理健康问题。

（二）项目劣势

在项目前期，资源不足可能导致解决相关经营问题不及时，或经济效益不明显，无法得到教育机构或学校支持，难以开展大规模宣传活动，令项目发展规模受限；再者，前期启动资金不足，宣传范围受限，导致项目前期开展及宣传方面存在一定困难和发展规模狭小。作为一个全新的平台，由于市场上产品参差，缺少可用以比对的竞争对象，具有未知性前景，可能会承担一定的市场风险。

（三）项目机会

迎合中国社会关注青少年心理健康问题的政策方针，关注青少年心理健康和疾病预防，及时开导帮扶需求的年轻群体，在一定程度上缓解、减轻年轻人的心理负担，真正理解年轻人的心理困扰所在，本项目具有良好的市场和发展前景。相对来说，目前市场上同类型产品较少，质量参差不齐，在能否真正解决年轻人心理问题上存疑，因此本项目能够完善市场上的空缺，弥补市场在关注年轻人心理健康上的不足，从而起到完善市场功能的作用。

（四）项目威胁

网络环境复杂，近年出现泄露客户的隐私的负面事件，不仅对用户的个人信息安全造成威胁，而且令用户对网络信息安全产生质疑，这些负性事件可能对项目造成负面影响，影响用户对类似平台的信任度。另外，许多相似类型的应用软件相继诞生，但是软件的使用环境仍需要进一步观察，确保本项目的独特性和针对性。

（五）竞争项目对比分析

据了解，市场上已有相似的应用程序，以下将分析相似产品优缺点，为更好地突出本项目的核心竞争力。

应用程序	优点	缺点
Soul 灵魂 目标客户针对年轻人，功能潮流化。	通过简单的题目将用户分类，为用户推荐匹配系数较高的人进行对话，双方更志同道合。	无法保证用户质量，部分用户抱有其他目的，应用整体环境复杂，影响用户体验效果。
Tell 解忧杂货店	应用中的篝火功能新颖，并提供一个可供用户语音，相互倾诉沟通的平台。界面简洁，便于操作。	
树洞	在同类应用中，拥有用户量最多。可以匿名方式写信，倾诉心声，方式新颖且有对象感；匿名可更好地保护用户的隐私。	
松果倾诉	平台有专业的心理咨询师提供建议，更有效地分析、解答用户的心理状态	需要付费使用，且价格较高，存在推销等引导消费的信息较多。软件存在管

	和情绪问题。	理上的缺陷，出现无理由封号现象。
Moo 日记	以日记为主题，主打可爱治愈风，日签墙可以留言自己的所想所感并配图，整体氛围很舒适、轻松。	

（六）项目核心竞争力

如今社会普遍不同年龄段的年轻人都存在不同程度的压力，而又由于种种原因无法向家长，老师，朋友进行倾诉，该项目为年轻人提供良好的平台，抒发倾诉自己的困扰，免费为年轻群体提供心理咨询和心理健康方面的知识。

第三部分 项目定位

一、要点阐述

1. 本项目定位为帮助释放未成年及青少年的压力，采用线上公众号和线下宣传结合。
2. 宣传心理健康的重要性。客户将以匿名的模式通过此产品述说，旨在舒缓压力。
3. 互联网迎合市场发展，由于电子技术的发展，客户不需要用书信的方式来传递，只要关注此公众号即可随时发表自己的情绪。
4. 公众号的布置温馨，具有创造性，使人耳目一新，让客户留下深刻的印象。

二、产品定位

1. 价值理念

产品旨在让客户释放压力，充满正能量，工作人员将会根据他们的实际情况来回复，让客户保持良好的心态。

2. 客户需求

在现实生活中，大多数人都会选择把积极的事情分享给家人和朋友，很少会把自己的坏情绪带到家人和朋友之间，或者有些羞于启齿的事情难以分享给家人。这些情绪需要释放，他们就可以选择以匿名的方式来叙述他们所遭遇的事情，同时系统这边会有工作人员人工回复，让他们调节情绪，得到很多的支持和鼓励。

3. 竞争市场

市面上出现类似的产品，主要功能都是帮助客户释放压力的，而我们的产品重点是集中在 12-26 岁的年龄阶段，为年轻群体提供免费心理援助，对目标客户群体有针对性以及科普有关心理健康的知识，呼吁社会重视心理健康。

三、客户定位

年轻群体（12-26岁）包括不同阶段的学生、初入职场的毕业生等，在学业、事业、生活等方面存在困扰或情绪，却又无处倾诉，或不想与家人分享。对倾诉类产品有需求的用户可能包括情绪不稳定，心理承受能力低，意志力薄弱，缺乏自信，青春期间锁心理，考试焦虑等多方表现。根据《青少年心理健康状况调查报告》，学生心理健康情况不容乐观，情绪不稳定，适应不良，焦虑，人际关系敏感五项指标占受访学生数的20%；《中国青少年心理健康状况调查报告——基于九省（市、自治区）的调查研究》中提到，学习造成的心理压力居于榜首，主要包括有关学习成绩或学习压力。此外，人际交往、青春期心理问题、网络对青少年心理影响等问题也不容忽视；因此，年轻群体需要一个可供排解忧愁的平台，从而推动社会积极良好地发展。

第四部分 推广策略

一、项目推广定位

针对正在学习阶段和初步入社会的12-25岁年轻群体，着重解决年轻人在学习、工作和生活中遇到的各种困难，为其提供相关建议与心理指导，项目主要提供一个可倾诉烦恼、缓解压力的平台，呵护年轻群体的心理健康，推广方案偏向营造一个安全舒适，并且保护隐私的朋辈式聊天平台。

二、项目推广主题

关注心理健康，畅谈美好未来。

三、项目推广节点

公众号试运营：2021年6月

公众号正式运营：2021年7月，定期推送文章

公众号接受来信：2021年9月

四、各阶段推广主题及计划

（一）项目渗透期（一个月）

1. 推广目标：增加公众号曝光度，宣传公众号核心理念，增加公众对平台的认识。
2. 推广主题：不怕烦恼，有我倾听
3. 平面表现：公众号软文、推广视频、门户网站广告、依托朋友圈转发等
4. 推广途径：建立平台公众号，发布有关公众号用途的推文，转发朋友圈。推出强调心理健康的小短片以及公众号功能介绍短视频，发布在不同的视频平台，例如：哔哩哔哩、优酷、微信视频号等；或在大门户网站进行广告投放，如百度。
5. 推广活动：线上直播朋辈分享会

（二）形象导入期（两个月）

1. 推广目标：初步建立与用户之间的信任感，增加平台的用户量，进一步强调平台关注心理健康的核心理念。
2. 推广主题：你的想法，感同身受
3. 平面表现：公众号软文及广告、推广视频等。
4. 推广途径：定期推送公众号软文，提供匿名来信服务并且以同龄人的角度分析事件。
5. 推广活动：线上朋辈交流会、线下朋辈见面会

（三）产品造势期（四个月）

1. 推广目标：巩固与用户之间的信任，加强平台曝光度，着重分析年轻人烦恼来源，推荐相关心理咨询服务，并且提供相关倾诉途径。
2. 推广主题：我们都是普通人
3. 平面表现：公众号软文、与心理咨询机构的合作推广等。
4. 推广途径：寻求与市场上心理咨询机构或个人心理咨询师的合作，与学校提供心理咨询的老师合作，进一步巩固本平台的权威性。
5. 推广活动：心理咨询机构服务优惠或免费咨询

（四）产品强销期

1. 推广目标：宣传推广专业的心理健康知识，为需要心理指导的年轻人提供帮助。
2. 推广主题：生活虐我千百遍，我待生活如初恋。
3. 平面表现：公众号软文、短视频推广、与心理咨询机构合作、门户广告等。
4. 推广途径：通过定期推送公众号软文，留住固定用户，拓展新用户；制作成果分享小短片在各大视频网站发布；进一步与心理咨询机构合作；购买门户广告，扩大影响范围。
5. 推广活动：为不同用户提供个性化的心理咨询服务；定期举办交流会和户外活动。

第五部分 费用计划

一、费用比例

开设公众号：免费
经营公众号：200 元/月（用于购买素材等）
成员专业培训：500/人/次
前期推广费用：约 2000 元
总计初创成本：约 5000 元

二、推广费用明细表

宣传费用

类别	广告位	预算金额（元/日）
1. 按曝光竞价购买	①公众号文章底部	50 元起
	②公众号文章视频贴片	200 元起
2. 按点击竞价购买	①公众号文章底部	50 元起
	②公众号文章中部	50 元起

预计投放十篇公众号广告，推广费用约为 2000 元。