# 实训产品创意说明

**目录**

[产品名称： 2](#_Toc14418908)

[产品概述： 2](#_Toc14418909)

[创作背景： 2](#_Toc14418910)

[产品创意： 3](#_Toc14418911)

[原型设计：(非必须) 3](#_Toc14418912)

### 产品名称：healer

### 产品概述：一款能让你心情变好的软件。产品可以判别用户不同的不愉快，不开心的来源，有针对的做出相应的措施：开导或者使人忘记不快，从而使人心情变好。

### 创作背景：

1、​需求量：每一个人都有不开心的时候，软件的用户是每一位不开心的人，需求量很大；

2、需求强度：非刚虚；

3、需求频次：中频产品；

4、满足情况：人们在不开心时往往有多种方式排泄，比如向人倾诉、运动等发泄方式。但是最好的不是发泄，而是用微笑来缓解情绪，使一个人开心。

5、当前方式：要求用户输入或者说出不开心的来源，通过用户输入的关键词分析出用户的情绪来自哪一方面，属于愤怒、哀伤还是担忧等情绪，之后根据情绪的来源寻找对应的情绪解决方案库，随机调用，从而进行相应的开导。解决方案库中：一个笑话，一个小游戏，短篇小说，搞笑视频等；

6、同类产品：同类产品较少，但通过某些游戏排解情绪或者发泄情绪的软件存在，情绪的发泄经常通过暴力游戏来发泄排解，通过在暴力游戏中“杀人”’或者“逃避追杀”甚至“袭警”的刺激来让人沉浸游戏，从而忘记不快。但是这种方式的后果往往是可怕的，不是在游戏中迷失自我，沉溺游戏不可自拔，就是把真实生活当成游戏，做出违法犯罪的事情来。

7、风险控制：风险中等，可以设置一个用户反馈的模板，随时根据用户需求进行后续开发维护。

8、成本核算：研发成本较低，推广成本较低，运营维护或后期根据用户反馈升级成本较高。排遣不愉快收费极低，用每个人都不觉得花钱的“小钱”，换取大量用户，从而产品营收丰富。用户量预估很大。

### 产品创意：

每个人都有不开心的时候，造成不开心的原因是很多的，不开心的情绪也是很多的，在喜怒哀惧中，除了喜，另外三个全部都是属于不开心的范畴。产品会要求人说出自己不开心的来源，这个过程是保密的，不会对其他人开放，不会显示在其他人的面前，除产品的使用者，谁都不会知道用户的忧愁点，因为大多人都不想自己的忧愁烦恼被其他人知道。若是可以说出口的，可以找人倾诉下，同时也可以用此款产品把心情变好，这有助于保护用户的隐私。之后产品根据不同的重点词汇，主动判断出用户的忧愁或者烦恼属于哪一种类型，再在给好的不同类型的解决方案库中调取解决方案，给出不同的排解情绪的方法或者是让人能够忘记不开心的方法。

### 原型设计：(非必须)

初步产品功能需求梳理清楚之后，需持续跟进，确定产品原型图。

