# 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：move now

### 产品概述：

描述产品应用场景及具体实现功能！

一款督促人们每天坚持锻炼的健身APP，内含丰富的健身教学视频，还可以根据身体各方面的数据来制定适合人们的健身课程（需购买）和健身食谱，此外还有健身老师一对一咨询服务，健身用户可以相互沟通交流，分享健身心得体会和健身经验。

### 创作背景：

​在开发一款产品前，首先要做的就是分析这个产品背后的商业需求，主要通过以下八个方面进行分析。

1. ​需求量：此款APP可为许多健身初学者提供正确健身指导，避免不必要的肌肉拉伤，同时还可以督促人们坚持锻炼。满足大多数缺乏锻炼且经验不足的人的需求。
2. 需求强度： 非刚需，健身对于每个人来说都是利大于弊的，此款APP适合有毅力有健身想法的用户，但主要针对于健身初学者，为他们提供基础的健身方法。
3. 需求频次：

使用该APP的用户多为热爱健身者，有毅力的用户可以每天坚持锻炼，或一周至少5次进行健身，偶尔锻炼的用户，一周2-3次健身，故该APP属于高频产品。

1. 满足情况：

明确划分健身等级是唯一方案，唯有划分健身等级，才能让健身初学者能够以正确健康的方式锻炼，让健身达人进一步在健身方面获得更高的成就。

1. 新的解决方案：此款APP内明确划分健身等级，避免初学者盲目健身造成身体损伤，较当前的健身APP更加为健身初学者着想。
2. 同类产品： 健身行业内如Keep健身APP用户数量庞大，用户活跃度较高，投机回报率较高，利润空间较大，其中功能较多较全，Keep同时推出了keep周边，包括keep品牌健身器材，keep衣服，keep手机壳等等，将自己的产品转化成一种文化输出，在变现的同时也塑造自己的品牌形象。
3. 风险控制：风险适中，目前健身app较多，有一定的市场竞

争风险   。

1. 成本核算：研发成本适中，人力成本较低，推广成本高，运营成本适中，产品营收适中，此款产品将会拥有庞大的用户数量，人们愿意投资来获得更加健康的身体，故盈利可观。

### 产品创意：

该款健身APP的亮点在于能够坚持达标的用户可以解锁需购买产品，可以让用户用行动来兑换有价值的东西。

### 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。

