“找摄影”

# 产品满足用户的哪一个核心需求？

产品的核心价值是哪一个，满足用户什么核心需求。

当用户需要高质量的摄影服务时，帮用户寻找身边的摄影师，通过摄影师提供的个人信息、网站认证、摄影师过往作品、摄影师互评、用户点评等，用户可以选择最适合自己的摄影师。

# 与同类产品相比你的独特性是什么？

别人为什么选择你的产品？

1. 完善有趣的摄影师生态圈。网站（已认证摄影师）会对新摄影师进行审查，摄影师需要提交申请资料和个人作品，摄影师通过每日登陆、发布摄影作品（博文/图片等）、回复/赞已发布的作品、达成摄影交易、得到摄影客户的评价等得到积分升级，除了总积分外还会有针对各个部分的星级评价。形成摄影师自我管理的生态圈，成为一个摄影师家园。
2. 摄影客户丰富的选择、独特的用户体验、方便的寻找摄影师，安全便宜。对于摄影用户来说，可以找到附近的摄影师，通过页面上对摄影师的描述及点评可以方便自己找到适合的摄影师，评价系统、网上支付宝交易会像你的体验像在购物网站购物一样，只不过我们卖的是摄影师，是摄影服务。

# 分解用户。

根据产品的核心价值，将用户分解成不同角色。

1. 提供摄影服务的人：摄影师。可以细分为照相馆、影楼、自由摄影师、业余摄影师等，是生态圈的主要构成者和管理者。
2. 需要摄影服务的人：摄影客户。可以细分为高校学生、需要给小孩拍照的父母、需要拍写真的女孩、旅行中需要拍照的人等。
3. 摄影爱好者：浏览者。在网站参与摄影话题讨论，点评摄影师和摄影作品，是潜在的摄影师和摄影客户。

# 变成用户

1. 用户为什么会使用这个产品？

摄影师：

1. 出售摄影服务能够盈利，满足物质上的需求。
2. 能够将个人作品展示出来，满足表达的需求。
3. 通过平台结交喜爱摄影的朋友，满足社交的需求。
4. 通过评价体系能获得被承认的成就感，满足自我实现的需求。

摄影客户：

1. 购买摄影服务，方便便宜多选择得得到摄影服务。
2. 可以评价所购买的摄影，互动性好。
3. 网站信誉、摄影师评价体系可以提高安全性，让客户放心。

浏览者：

1. 浏览摄影师作品、点评，获取阅读上的愉悦、摄影知识的学习。
2. 与摄影师、摄影爱好者互动。
3. 用户怎样知晓和到达这个产品？

对于“找摄影”产品来说，构建起摄影生态圈是关键，而生态圈的基础就是摄影师，所以首先要发展摄影师。根据3（1）中对于摄影师的分解，对于自由摄影师和业余摄影师，应该采用的策略是通过摄影爱好者论坛、摄影器材评测网站、摄影QQ群、微博、微信公众号等方式推广产品，吸引摄影师参与；对于照相馆和影楼等实体店面，可稍晚一些发展，等到网站有一定规模后通过线下沟通，吸引他们注册认证。网站的内容生产及管理由比较活跃的认证摄影师负责。

对于客户来说，首先是线上的推广，通过年轻人常用的社交工具和网站做营销、另外可以在校园吸收兼职推广专员，做校园推广，以线上推广为主。对于商业级用户，需要做线下渠道的建设运营。

# 确定角色成就

确定产品如何满足不同角色的成就感。每一类角色如何在使用产品过程中不断成长，不断得到满足，这就是产品持续成长的关键。

对于摄影师，首先是能获取盈利，并且随着产品的发展壮大，盈利空间也会增长；其次是能够通过获得认证、星级、点评等获得虚拟成就，有被承认的感觉；然后是在分享中获取愉悦，这也是一个摄影师能够轻松愉快交流摄影作品经验的平台。

对于摄影客户，最主要是能够有更多选择、更少的支出、更好的服务。和淘宝买家一样的积分机制，参与越多，等级越高，积分越多，可以享受比普通用户好一点的服务速度和质量，可以参加一些会员优惠。

# 确定用户需求过程中的关键点

将每类角色从“获知产品，使用产品，需求得到满足，离开，回来”的整个过程进行分解，描绘出关键步骤和关键页面。