

腾讯权益-任务模式 产品总结

Product Report for Task System in QUANYI by kexinlin 2018-07-06

01 . 产品背景

Product Background

腾讯权益，以大数据平台为支撑，通过完善的用户体系、丰富的权益内容、精准的营销触达，为商户提供专业的一体化权益服务解决方案，有效管理用户生命周期，带来用户活跃度、忠诚度的提升。

其中，权益运营分为三大体系：会员体系、积分体系和任务体系。会员体系旨在通过基于等级模型的稀缺感和尊贵感，培养长期用户；积分体系则通过积分发放、累积和消耗，激励用户持久活跃。然而，会员体系和积分体系的“刺激引导→获得激励→激励兑现”循环闭环的周期较长，因此难以在短期内完成用户培养。任务体系，不同于会员体系和积分体系对用户长期忠诚度的提升，更偏重于通过即时型奖励带来的刺激，促进用户通过一次性行为或是在非频繁场景下产出业务贡献，满足商户在短时间内达到运营目标的需求。

02 . 产品目标

Project Objective

此产品的主要目标在于，实现腾讯权益的任务模式，帮助商家快速达成拉新拉活的目的，同时收集效果进行商业宣传，并通过数据分析结果进行持续迭代，为后续多家商户的任务运营提供通用解决方案。

03 . 产品介绍

Product Info

产品方面分为用户端和商端。

用户端（任务专区）：

权益中心入口位于商户的APP（或微信号、小程序）内。

用户可以通过权益中心主页进入至任务专区。



任务专区主页：



任务状态说明

- 立即注册** -----● 用户未注册该活动，点击会跳转至含注册按钮的任务详情页面。
- 去完成** -----● 用户已注册该活动，但尚未完成所有任务，点击会跳转至详情页面引导用户完成任务。
- 领取奖励** -----● 用户已完成任务，但尚未领取奖励，点击会跳转至奖励选择页。
- 已完成** -----● 用户已经领取奖励，点击后不进行任何跳转。
- 已兑完** -----● 如果用户尚未领取该活动的奖励且活动尚未达到期限，当总领取人数达到商户设定的上限，或商户的账户资金不足时，按钮状态即变为“已兑完”，点击后不进行任何跳转。
- 已过期** -----● 如果用户尚未领取该活动的奖励，当该活动已达到期限时，按钮状态即变为“已过期”，点击不进行任何跳转。

任务专区主页为用户展示所有已达到发布时间的任务。

用户在任务专区看到的奖励选项，是推荐算法根据用户在腾讯内身份的标签，从商户设定的价格范围内得出的最符合用户消费习惯或用户最可能感兴趣的三个商品（或三个以下，如果价格范围内包含不足三个商品），从而提高活动吸引力，促进转化。

用户做任务的总流程：

在任务专区的主页，用户点击某任务旁边的"立即参加"按钮，跳转至任务详情页面。

任务详情页面展示的主要信息有开始和结束时间，总领取人数上限，奖励选项，任务指引等。

点击“立即注册”后，弹出注册成功弹窗；只有注册过的用户才可在完成任务后领取奖励。



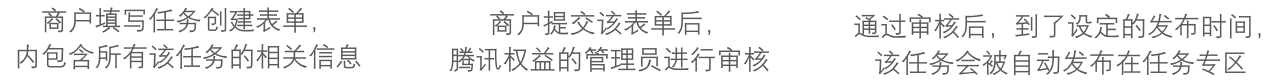
用户完成任务后，商户会通过接口通知我方，主页上该任务按钮会变为“领取奖励”。

进入至任务详情页面后，用户可以对奖励进行选择。

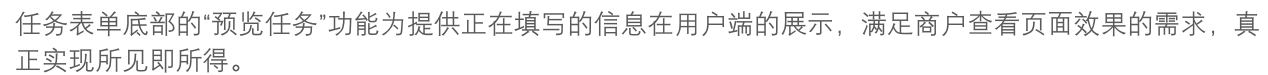
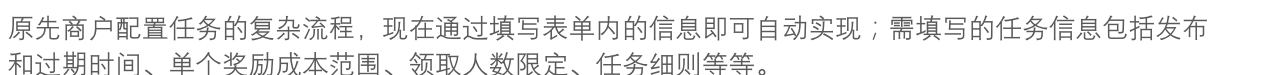
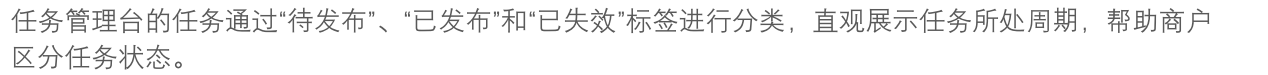
在权益领取页面，用户可以选择领取至微信或QQ账号。



任务发布流程：

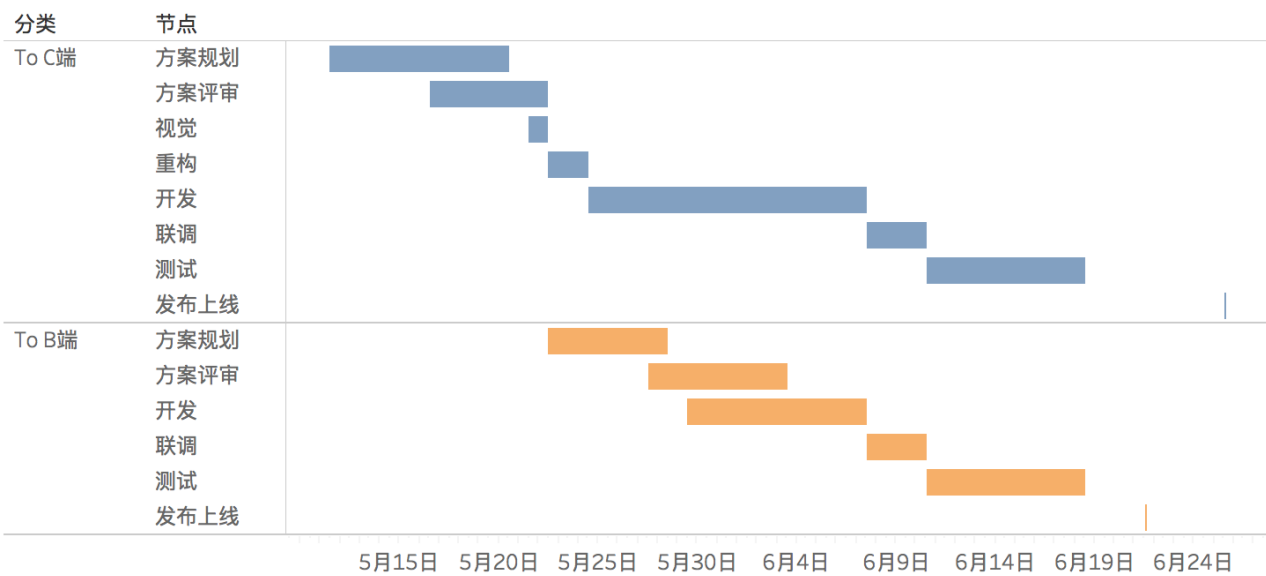


商户进入腾讯权益官网 (quanyi.qq.com)，用绑定管理员微信的账号扫码进入商户管理台。



04 . 产品关键节点

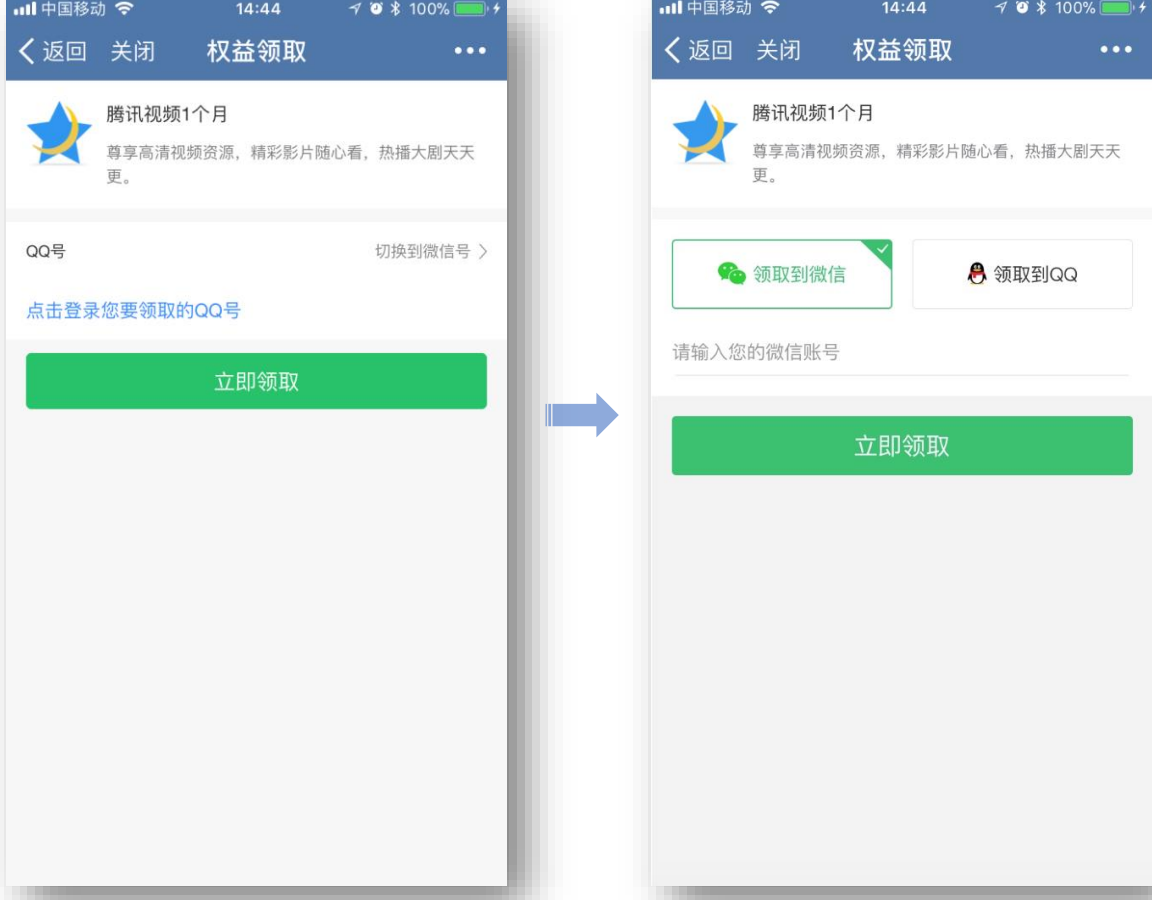
Product Milestones



05 . 下期迭代

Iteration Plans

- 奖励领取页方案更改：自2018年6月22日开始，从H5页面携带动态参数跳转至微信的能力被禁掉，因此用户将权益领取至微信账号无法通过原先拉起微信的方案实现。原先用户QQ登录或微信跳转后进行领取这一方式，需要更改为通过手动输入QQ号或微信号实现。（优先级：高，开发迭代周期：2018-07-02 至 2018-07-06，处理人：jaxoncui、macyu）



- 测试环境验证：To B任务管理台需要为商户增加测试环境验证功能。商户配置完毕测试账号后，可以扫描二维码进入测试环境，以确保将任务表单提交至超级管理员进行审核之前，已经完成开发、测试和联调，并且在测试环境中可以走通整个任务从注册到领取奖励的流程，从而节约超级管理员进行审核验证的时间，减少对接成本。另外，管理员可以配置微信openid白名单，白名单内人员可以通过微信扫描二维码进入测试环境，方便商户那边非管理员身份的开发人员进行测试和联调（优先级：较高，排期：2018-07-06 前完成方案评审，开发迭代周期：2018-07-09 至 2018-07-13，处理人：maxjchuang、macyu、jaxoncui）。



- 增加奖励多选一方案：现在用户只能在推荐算法展示的三个（或以下，如果商户设置的价格区间只包含不到三个商品）商品中进行选择，后期允许用户从满足商户设定权益价格区间的所有商品中进行选择。因此，推荐算法负责为用户展示最能吸引到他们的商品，但不会限制用户只能从推荐的商品中选择（具体方案规划中，暂未进行排期，优先级根据首家落地商户的C端用户数据分析结果而定）。



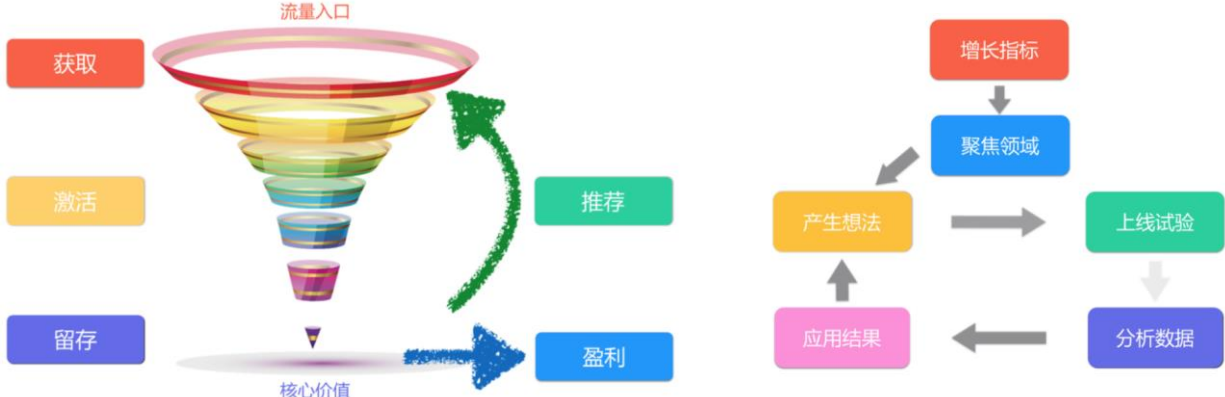
06 . 后续规划

Future Plans

- 采集产品效果：产品发布上线后，根据前端埋点返回的结果作为定量数据，以及B端和C端用户反馈作为定性数据，对产品效果进行综合衡量。
- 关键指标：
 - 1. 用户完成任务数量（衡量运营效果）；
 - 2. 用户的任务注册-完成转化率（衡量运营效果）；
 - 3. 用户所领取奖励的价值（衡量投入成本）。
- 辅助指标：从注册任务到领取奖励之间每一个步骤的转化率。

完成产品效果采集后，将案例同步至商务拓展人员，触及潜在商户，实现对其合作意愿的进一步激发。（优先级：高）

- 持续迭代：通过对定性和定量数据的分析，根据AARRR模型（获取-激活-留存-收入-传播）聚焦性价比高的领域进行迭代。由于此项目的产品同时涉及B端和C端，指标较为多样，因此需要明确北极星指标和领域KPI，帮助项目团队在迭代过程中把握优先级，集中火力抓住重点，达到规划时设定的增长目标。（优先级：较高）



- 支持多场景接入：现阶段，To C任务专区的的入口主要规划在银行APP的权益中心，通过内嵌H5页面实现。后续需要根据商户需求，对公众号和小程序为入口做兼容，用户无需下载App，微信扫码或搜索即可进入，微信openid和商户系统内账号绑定后免除登陆步骤，实现更低的用户接入门槛和更加多元的场景接入。（优先级：根据商户需求而定）

07 . 致谢

Acknowledgements

- 感谢xixiong在项目期间的细致指导，让我体验到了产品从需求到上线的完整流程，并不断引领我从每一天的实践工作中汲取知识，积累经验~
- 感谢qqfan在规划和评审过程中，为产品的实现方面提供了非常多宝贵的建议和具有建设性的想法~
- 感谢marcyzheng和jackjichen对项目的持续跟进，共同监督产品最终的实现效果~
- 感谢项目经理cathycai的排期规划和对进度的把控帮助实现产品的如期上线~
- 感谢To C前端开发jaxoncui，To B前端开发maxjchuang，后台开发macyu，三位开发同学在实现速度和效果方面非常给力，以及对于产品需求也是非常耐心和仔细~
- 感谢数据产品经理lupyzang对个性化推荐和前端数据埋点方面的贡献和指导~
- 感谢数据同学panshuai，测试同学alexzgong和andymwzhang，运维同学panzzhang，以及风控同学anrilli和tenyhuang对腾讯权益-任务模式的支持~
- 感谢CDC的视觉同学erztan和重构同学yuhozhang，承担了产品在视觉表现方面的重任~
- 感谢leader兼导师邓blue童鞋，在项目期间的两次谈话教会我，无论是小到用户的体验细节，还是大到行业的发展趋势，做产品要从不同角度和高度思考问题~