

微信小程序PRD

1. 产品概述

本产品旨在解决汽车钥匙配置服务市场中的两个主要问题：店主的服务宣传不足以及车主在寻找和选择服务时遇到的困难。通过开发一个集服务展示、预约管理和用户互动于一体的微信小程序，我们旨在为店主提供一个高效的宣传平台，同时为车主提供一个便捷、可靠的服务寻找和预约渠道。

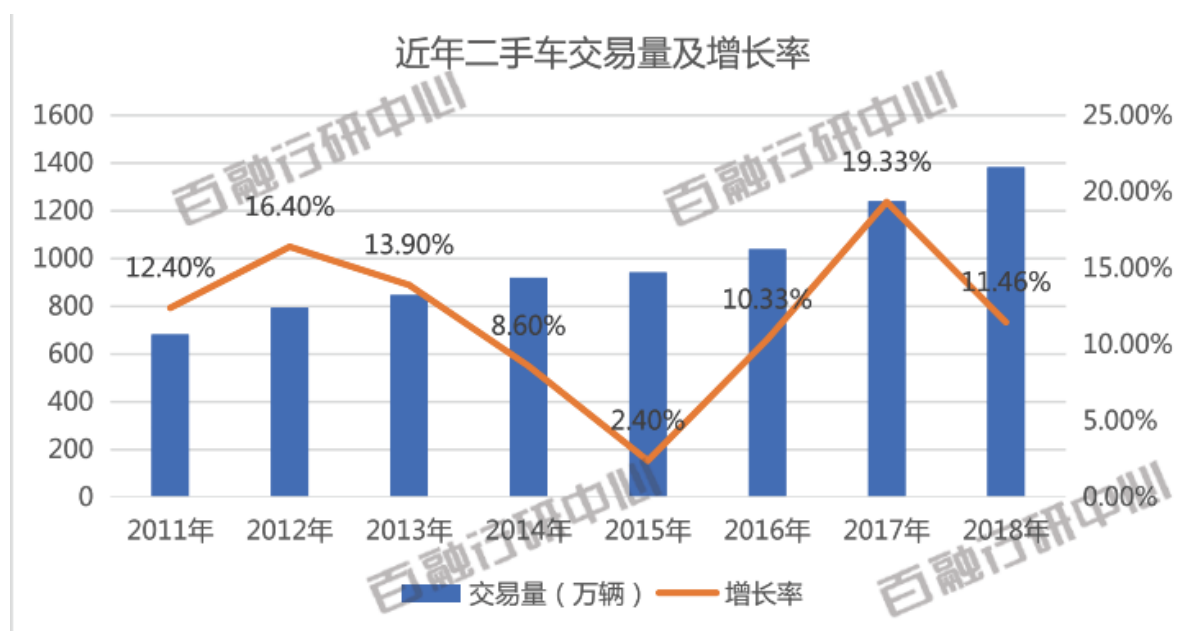
2. 市场背景

1、市场行业背景分析+总结

1) 市场行业背景

汽车钥匙配置市场的繁盛主要依赖于二手车市场广阔发展，基于此我们借助对二手车市场的发展状况来对汽车钥匙配置市场进行分析，作为数据的基础。

近年来不断增长的汽车保有量为二手车交易提供了强大的基础，在政策的利好下，二手车交易保持高速增长。据中国汽车流通协会数据显示，2016年二手车交易量首次突破1,000万辆，2017年交易量达到1,240万辆，同比增长19.33%，创下2011年以来的最高同比增速。2018年，全国二手车累计交易1,382.19万辆，累计同比增长11.46%，累计交易金额8,693.57亿元，同比增长6.31%。虽然二手车交易活跃，但2018年二手车交易量只有新车销售量的49.22%，而成熟汽车市场，如美国二手车交易量是新车销量的2.5倍。



数据来源：中国汽车流通协会，百融行研中心整理

2) 总结

虽然新车产销量增速下降，但是消费者仍有较大的购车需求。我国巨大的汽车保有量将进一步巩固二手车的上游车源基础，随着消费者对二手车认知的进一步提高，以及利好政策的进一步推动，二手车行业将迎来更快的发展。

2、PEST分析-行业宏观环境分析+总结

1) Politics：二手车汽车行业政策分析

二手车行业发展至今，国家为规范和促进行业发展颁布了多个政策法规，下面为相关行业政策法规梳理如下：

2022年政策通知

2022年4月

《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》

全面取消二手车限迁政策，落实小型非营运二手车交易登记跨省通办措施。对皮卡车进城实施精细化管理，研究进一步放宽皮卡车进城限制。

2022年5月

《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》

支持国外消费者购买中国品牌汽车。支持更多地区开展二手车出口业务，扩大二手车出口规模，提升二手车出口质量。

2022年6月

《国务院总理李克强主持召开国务院常务会议》

确定加大汽车消费支持的政策，会议强调要进一步释放汽车消费潜力：一是活跃二手车市场，促进汽车更新消费。对小型非营运二手车，8月1日起全面取消迁入限制，10月1日起转移登记实行单独签注、核发临时号牌。二是支持新能源汽车消费。车购税应主要用于公路建设，考虑当前实际研究免征新能源汽车购置税政策延期问题。三是完善平行进口政策，支持停车场建设。政策实施预测今年增加汽车及相关消费大约2000亿元。

2022年7月

《商务部等17部门关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》

支持新能源汽车购买使用、加快活跃二手车市场、促进汽车更新消费、推动汽车平行进口持续健康发展、优化汽车使用环境、丰富汽车金融服务等，提出了6个方面、12条政策措施。

加快活跃二手车市场方面，提出取消对开展二手车经销的不合理限制，明确登记注册住所和经营场所所在二手车交易市场以外的企业可以开展二手车销售业务。促进二手车商品化流通，明确汽车销售企业应当按照国家统一的会计制度。支持二手车流通规模化发展，各地区严格落实全面取消二手车限迁政策。

2022年9月

《商务部办公厅、公安部办公厅关于完善二手车市场主体备案和车辆交易登记管理的通知》

进一步完善二手车市场主体备案管理。规范经销小客车登记签注管理。便利二手小客车转让登记办理。规范临时行驶车号牌管理。加强二手车有关经营行为监管。促进二手车流通规范有序健康发展。

国家发展改革委等部门印发《关于促进汽车消费的若干措施》的通知

发改就业〔2023〕1017号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团有关部门和单位：

为进一步稳定和扩大汽车消费，促进消费持续恢复，国家发展改革委会同有关部门和单位研究制定《关于促进汽车消费的若干措施》。现印发给你们，请结合实际，认真抓好贯彻落实。

其中关于二手车市场的促进信息

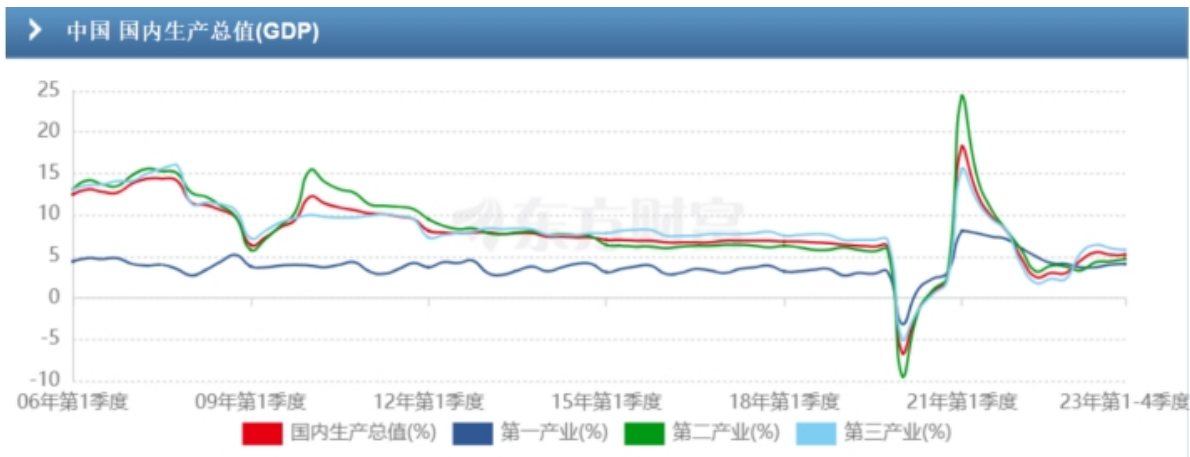
三、加快培育二手车市场。各地落实取消二手车限迁、便利二手车交易登记等政策措施。鼓励汽车领域非保密、非隐私信息向社会开放，提高二手车市场交易信息透明度，完善信用体系。合理增加对二手车平台企业的抽检频率，抽检结果依法向社会公开。加强出口退税的政策辅导和服务，支持鼓励达到相关质量要求的二手车出口。

总结

从上表可以看到，国家高度重视二手车行业的发展，通过不断完善法律法规，推动二手车行业的规范化和透明化。特别是最近几年，各类利好政策频繁出台，不仅从制度上为二手车行业松绑，还通过财税、金融等政策为二手车行业发展提供了有力的配套支持。

2) Economic：二手车行业经济分析

2023年中国经济运行数据公布：国内生产总值（GDP）1260582亿元，按不变价格计算，比上年增长5.2%，增速比2022年加快2.2个百分点。



关于汽车消费贷的支持

八、加强汽车消费金融服务。加大汽车消费信贷支持，鼓励金

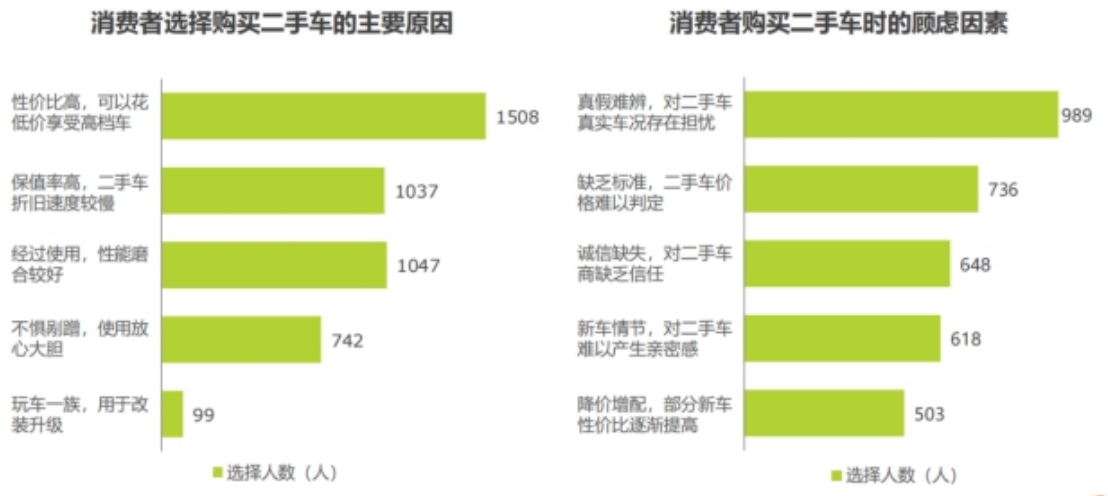
融机构在依法合规、风险可控的前提下，合理确定首付比例、贷款利率、还款期限。持续深化车险综合改革，健全商业车险费率形成机制，支持保险公司开发新能源汽车充电桩保险等创新产品。严格规范汽车金融市场秩序，不得向消费者强制搭售金融产品服务或违规收取不合理费用。

总结

在过去的三年里，由于疫情影响，尽管个人可支配收入呈现上升趋势，许多家庭的储蓄却大幅减少，影响了实际购买力。2023年中国GDP的增长率为5.2%，反映了经济的整体恢复势头。此外，为了进一步刺激经济，政策倾向于加强汽车消费金融服务，降低了贷款利率。尽管如此，由于就业市场的不确定性，消费者在大宗商品购买上可能更加谨慎。这一切指向了二手车市场的增长潜力，因为消费者可能寻求价格更合理的汽车购买选项。

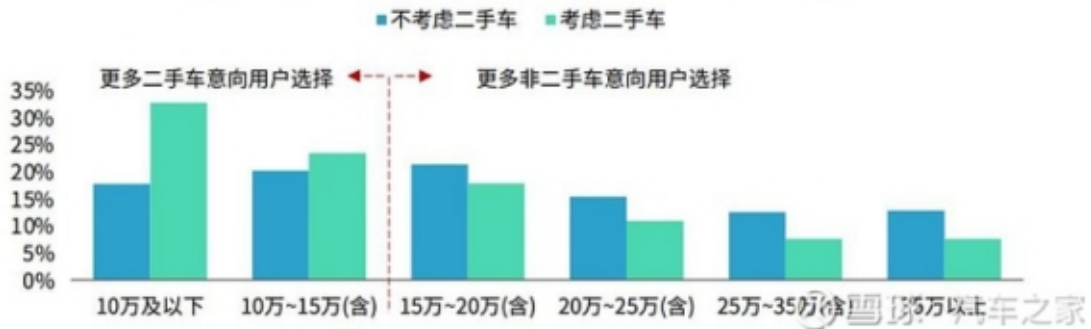
3) Social：二手车行业社会分析

在二手车市场，消费者对高性价比的追求与对车辆真实状况的担忧形成了鲜明对比。一方面，消费者被二手车能够以较低的价格提供的高档车体验所吸引；经过使用的车辆提供的驾驶体验，由于经历了必要的磨合，往往能够满足他们的需求。另一方面，对于车况真实性的疑虑，尤其是事故车的隐患，却阻碍了一部分消费者选择二手车。价格虽然是一个考虑因素，但对质量的信任缺失是他们回避二手车市场的核心原因。

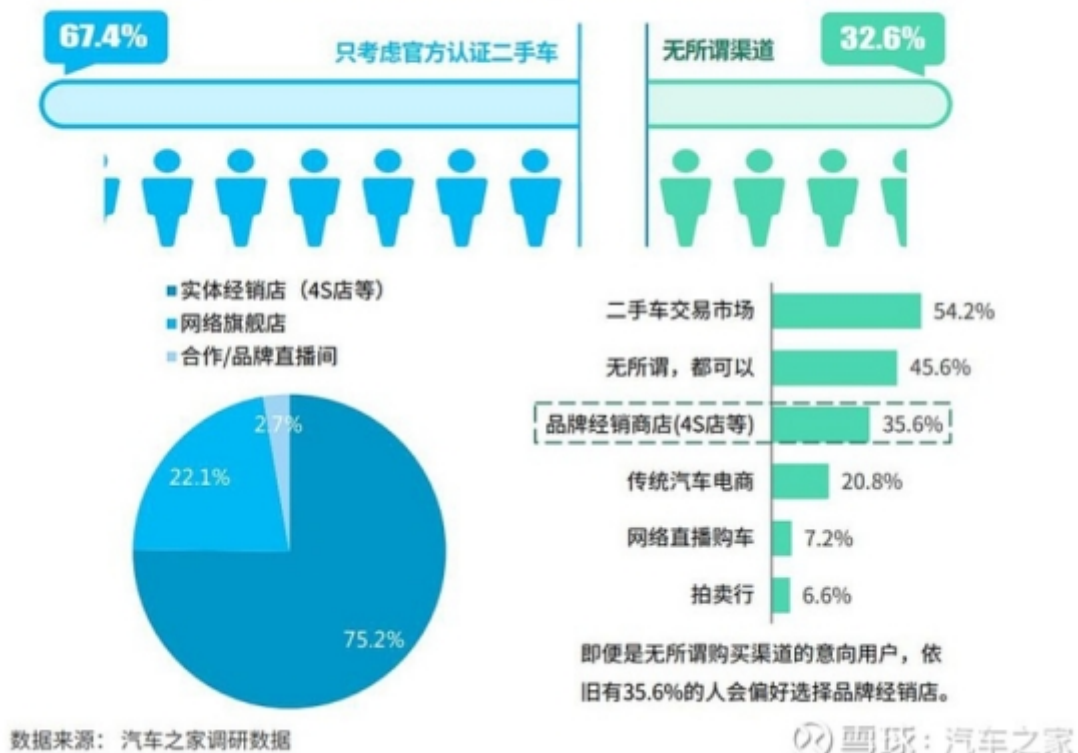


与此同时，社会和消费者行为的变化正在重塑二手车市场的面貌。年轻消费者，特别是90后群体，由于预算限制成为了二手车的主要购买力量。他们倾向于在有限的预算内寻找性价比最高的选项，并且对个性化和多样化的需求有着更高的期待。这一群体的消费行为反映了二手车市场的新趋势，即需求的多样化和个性化。

不同购车意向用户的购车预算分布



二手车意向用户购车渠道偏好



然而，二手车市场的发展依然面临挑战。消费者对于车况不透明、价格不一和购车流程繁琐的担忧，仍然是行业需要积极应对的问题。为了促进行业的健康发展，提高消费者对二手车的信任度，行业监管的加强以及服务和交易流程的优化变得尤为关键。这不仅能提升消费者体验，还能促进市场的长期稳定和增长。

4) Technology: 汽车钥匙行业技术分析

1、技术普及对市场竞争的影响:

技术普及导致普宁市出现越来越多的汽车钥匙配置厂家，这改变了竞争环境的几个方面:

1)市场准入门槛降低: 配置机器的可获得性和其他钥匙配置技术学习资源的普及，使得更多创业者和小型企业能够进入市场。

2)服务同质化增加: 随着更多厂家提供类似的服务，消费者选择的基础更多地依赖于价格和便利性，可能导致价格战。

3)客户忠诚度挑战: 由于市场上的服务提供商增多，客户的忠诚度可能下降，因为他们有更多选择。

2、技术创新对服务需求的影响

技术创新不仅带来了新的机会，还带来了新的挑战：

1)服务多样性：新的技术使得配置提供商能够提供更多样化的服务，由手动操作机器往自动化机器升级，大大提高了精确度与降低了配置时间。

2)专业需求增加：随着技术的发展，对专业技术人员的需求增加，服务提供商需要拥有能够处理复杂配置问题的技术人才。

3、消费者对技术的期待

随着技术的发展，消费者对汽车钥匙配置服务的期望也在变化：

1)性价比：消费者期望以较低的成本获得高质量的服务，这对价格敏感的市场尤其重要。

2)便捷性：技术使得服务可以更便捷地提供，比如通过在线服务平台，消费者期望能够更容易地访问和使用这些服务。

3. 目标用户

• 店主

- **背景：**店主通常是汽车钥匙配置服务提供商，具有高超的钥匙配置技术，包括开锁、配钥匙和升级一键已启动。推广手段目前仍局限于张贴广告和熟人社会介绍，属于传统营销模式。
- **需求：**
 - **提高曝光度：**寻找有效的渠道来宣传他们的服务，吸引更多潜在客户。
 - **优化预约管理：**需要一个高效的系统来管理客户预约，减少冲突和错过业务的情况。
 - **增强客户满意度：**通过提供高质量的服务和良好的客户体验来建立品牌信誉，促进口碑营销。
 - **业务分析：**希望通过数据分析客户行为，优化服务和营销策略。
- **行为特点：**
 - 主动寻找新的技术解决方案来提升业务运营效率。
 - 重视客户反馈，愿意根据客户需求调整服务内容。

车主

- **背景：**车主是需要汽车钥匙配置服务的个人，可能因为钥匙丢失、损坏或需要升级车辆安全系统等原因寻求服务。他们希望服务过程快速、便捷，且价格合理透明。
- **需求：**
 - **可靠的服务提供者：**寻找信誉好、服务质量高的汽车钥匙配置提供商。
 - **价格透明度：**期望在选择服务前就能明确了解费用，避免隐藏费用。
 - **服务便捷性：**希望能轻松预约服务，尤其是紧急情况下，期望有快速响应。
 - **多元化服务选项：**寻找能提供一站式服务的提供商，例如除钥匙配置外，还能提供车辆安全系统升级等服务。
- **行为特点：**
 - 倾向于通过网络搜索和社交媒体推荐来发现服务提供商。
 - 重视其他消费者的评价和推荐，倾向于选择评价高的服务提供者。
 - 希望通过手机应用或小程序等数字平台进行服务预约，享受数字化便利。

4.用户痛点及紧迫性表格

用户类别	痛点描述	紧迫性	解决程序度
店主	宣传不到位，潜在客户难以发现店铺	高	高
店主	预约冲突和时间管理不佳，导致服务效率低下	高	高
店主	缺乏有效的客户忠诚度建设和品牌识别度提升手段	中	中
车主	寻找服务不便利，尤其是对不习惯使用微信或地图搜索的用户	高	高
车主	担心通过二手车商获取服务会增加额外成本	中	中
车主	关注服务价格透明度，期待公平、有竞争力的服务报价	高	高
店主 & 车主	如何在众多提供类似服务的店铺中脱颖而出？如何建立和维护强大的品牌识别度？	中	中
店主	如何有效跟踪和管理客户信息，包括他们的服务历史和偏好？	中	中
店主	如何确保服务的一致性和高质量？如何收集和应对客户反馈，特别是负面反馈？	高	高
车主	如何最小化寻找合适服务提供者的时间和努力？	高	高
车主	如何确保所选店铺提供的服务是可靠和专业的？	高	高
车主	如果服务后出现问题，如何保证能够获得有效的支持和解决方案？	中	中

说明

- **紧迫性**：反映了解决该痛点对用户的重要性，高表示非常紧急，中表示需要注意但可以稍后解决。
- **解决程序度**：指出针对该痛点开发相应功能或服务的优先级，高意味着应该在产品开发早期解决，中表示可以在产品成熟后考虑。

5. 产品功能

- 用户需求及KANO模型分析表格

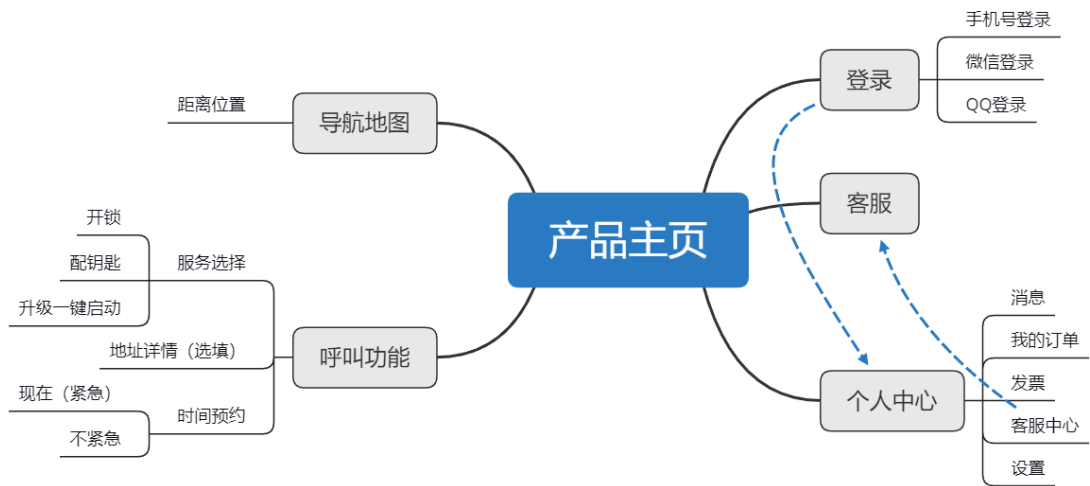
用户痛点	解决策略	功能需求	需求类型	KANO模型分类
宣传不到位，潜在客户难以发现店铺。	提供店铺展示与宣传功能，增加店铺可见性。	- 店铺主页 - 服务展示 - 客户评价展示	功能需求	基本需求
预约冲突和时间管理不佳导致服务效率低下。	开发预约管理系统，包括日历视图和预约调度功能。	- 预约管理系统 - 日历视图 - 预约冲突提示和解决方案	功能需求	基本需求
缺乏有效的客户忠诚度建设和品牌识别度提升手段。	引入用户评价系统，社区交流区域。	- 用户评价系统 - 社区功能 - 优惠活动和忠诚度计划	功能需求	魅力需求
寻找服务不便利，尤其是对不习惯使用微信或地图搜索的用户。	简化服务搜索过程，提供基于位置和服务类型的筛选功能。	- 服务搜索和筛选 - 基于位置的服务推荐	功能需求	基本需求
担心通过二手车商获取服务会增加额外成本。	提供价格透明化，直接从店主处获取报价。	- 价格展示 - 服务比较	功能需求	期望需求
关注服务价格透明度，期待公平、有竞争力的服务报价。	实现价格透明化功能，包括服务报价和任何可能的额外费用。	- 明细价格列表 - 额外费用说明	功能需求	期望需求

用户痛点	解决策略	功能需求	需求类型	KANO模型分类
如何在众多提供类似服务的店铺中脱颖而出？如何建立和维护强大的品牌识别度？	加强品牌建设工具，如个性化店铺页面和品牌故事。	- 店铺定制化设置 - 品牌故事页面	功能需求	魅力需求
如何有效跟踪和管理客户信息，包括他们的服务历史和偏好？	创建客户管理系统，记录服务历史和客户偏好。	- 客户资料管理 - 服务历史记录 - 客户偏好分析	功能需求	期望需求
如何确保服务的一致性和高质量？如何收集和应对客户反馈，特别是负面反馈？	实施质量控制标准，建立反馈机制。	- 服务标准设定 - 客户反馈收集 - 投诉处理流程	功能需求	基本需求
如何最小化寻找合适服务提供者的时间和努力？如果车辆因为钥匙问题无法移动，如何获取服务？	提供移动服务选项，包括上门服务。	- 上门服务选项 - 紧急服务请求	功能需求	期望需求
如何确保所选店铺提供的服务是可靠和专业的？如何保护个人信息和支付安全？	引入服务认证和安全支付机制。	- 服务提供者认证 - 安全支付系统	功能需求	基本需求

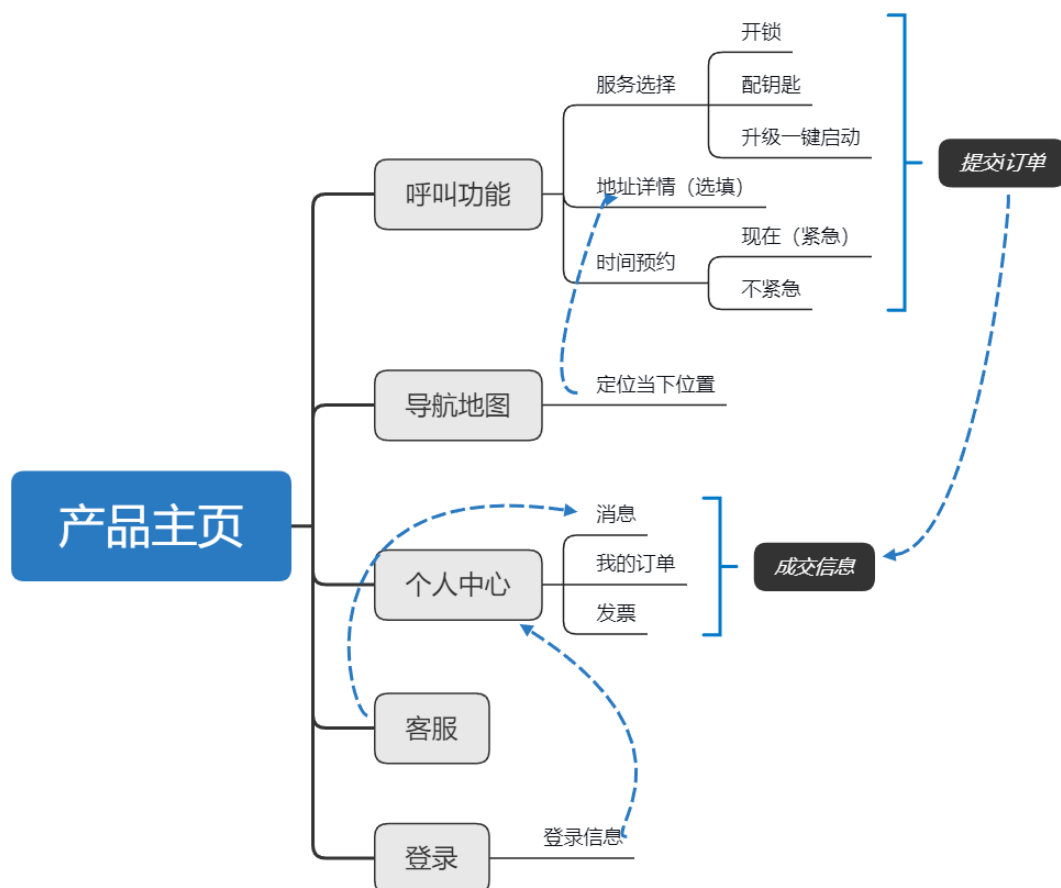
用户痛点	解决策略	功能需求	需求类型	KANO模型分类
社区和社交元素增加信任感。个性化推荐提高用户满意度和回头率。快速响应和即时服务优化时间管理。	开发社区交流平台，个性化服务推荐，以及快速响应机制。	- 社区论坛 - 个性化服务推荐 - 快速响应系统	功能需求	魅力需求

6. 产品设计思路

产品功能图



产品信息图



7. 用户体验流程

基于对产品功能的分析，需求度的确立。

原型图

以下为优先设计的产品原型图。

产品登录页面

产品登录页面

未登录用户在使用呼叫师傅、个人中心，具体地址功能时，以及第一次使用时弹出。

1

手机号登录

①用户当前的手机号，可以通过运营商来获得。用户同意协议后可以一键登录。

2

帮助

主要是用户常见的关于登录的问题。

3

其他登录方式

①使用微信登录
②使用QQ登录



产品主页面

产品主页面

打开汽车钥匙4S会直接进入当前页面

1

个人中心

点击跳转至个人中心页面

2

定位

导航定位至当前位置

3

客服

点击跳转至客服服务

4

服务选择

点击进入服务选择栏目，选择有：配置钥匙、升级一键启动，此处为多选

5

地址详细

输入具体门牌号

6

呼叫师傅

进行服务选择，以及是否现在后，未点击则默认预约点击跳入订单页面。

7

现在按键

点击进入紧急联系模式

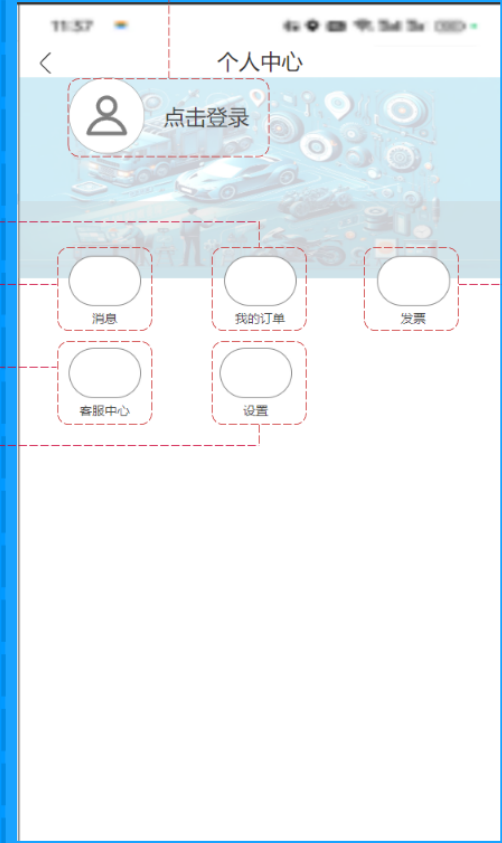


个人中心

个人中心页面

点击个人中心进入

- 1 点击登录**
点击跳转至登录页面，进行登录
- 2 消息**
可以接收系统的通知等
- 3 我的订单**
点击跳转至订单页面，查看订单信息
- 4 发票**
形成电子发票
- 5 客服中心**
点击跳转至客服页面
- 6 设置**
进入设置之后，有权限设置，退出登录等功能



提交订单

提交订单页面

点击呼叫师傅后跳转提交订单页面

- 1 订单详情**
分为三块内容，且三块内容的信息均是由产品主页面所传递填写。
(1)服务选择：填写选择服务类型（开锁、配钥匙、升级一键启动）
(2)地址详情：填写导航定位地址+具体门牌号（选填）
(3)预约时间：如果前面点击现在即为当下时间+30分钟；反之，则为空白，由与师傅沟通后自动填写。
- 2 点击了解更多**
跳转师傅详情页面
- 3 免费预约**
点击后，将订单信息提交给师傅，并于师傅建立电话/微信沟通
- 4 先看看**
点击跳转回默认页面



订单

订单页面

登录后，通过点击个人中心中的订单跳转至当前页面

1

开锁
订单信息获取至成交订单

2

配钥匙
订单信息获取至成交订单

3

升级
订单信息获取至成交订单

1

开锁

2

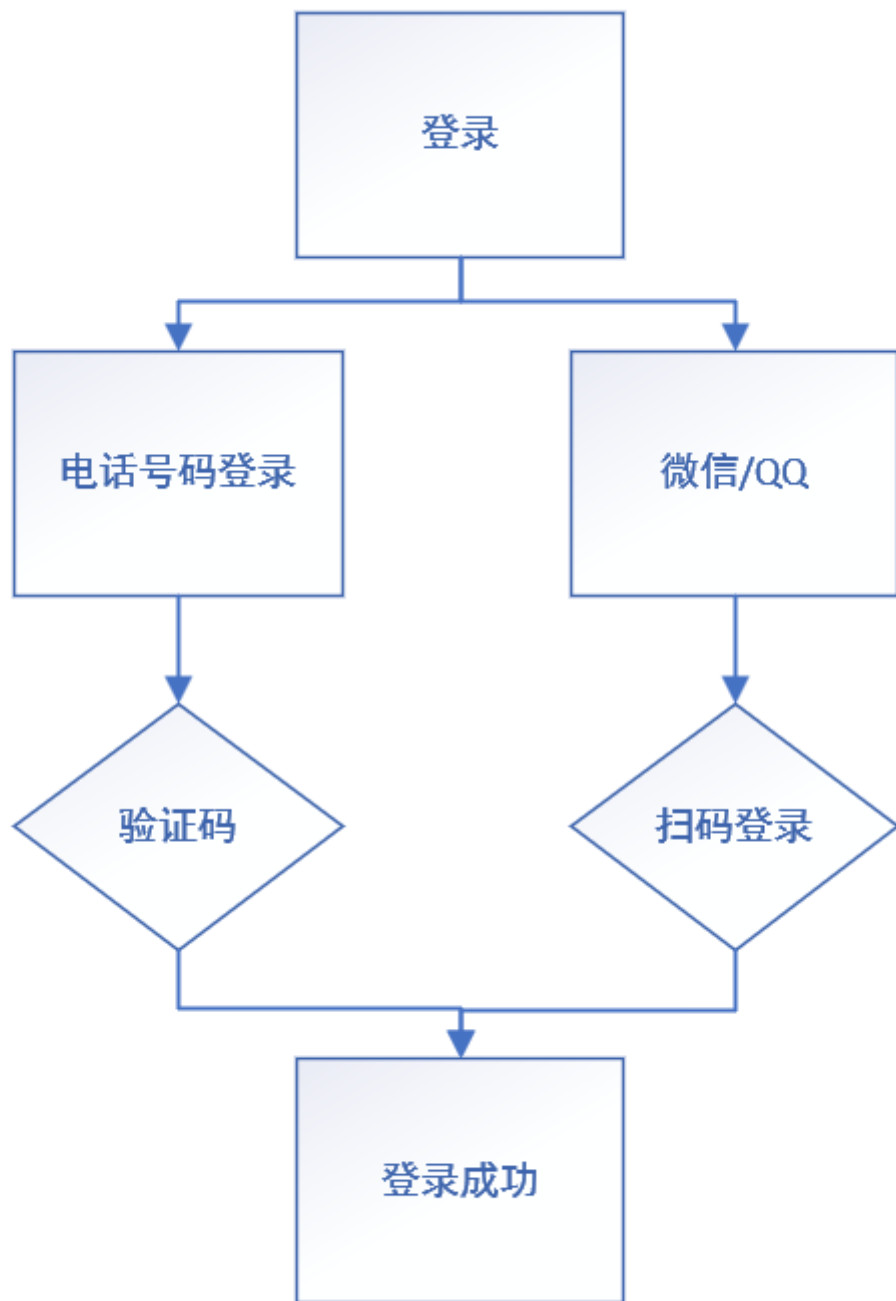
配钥匙

3

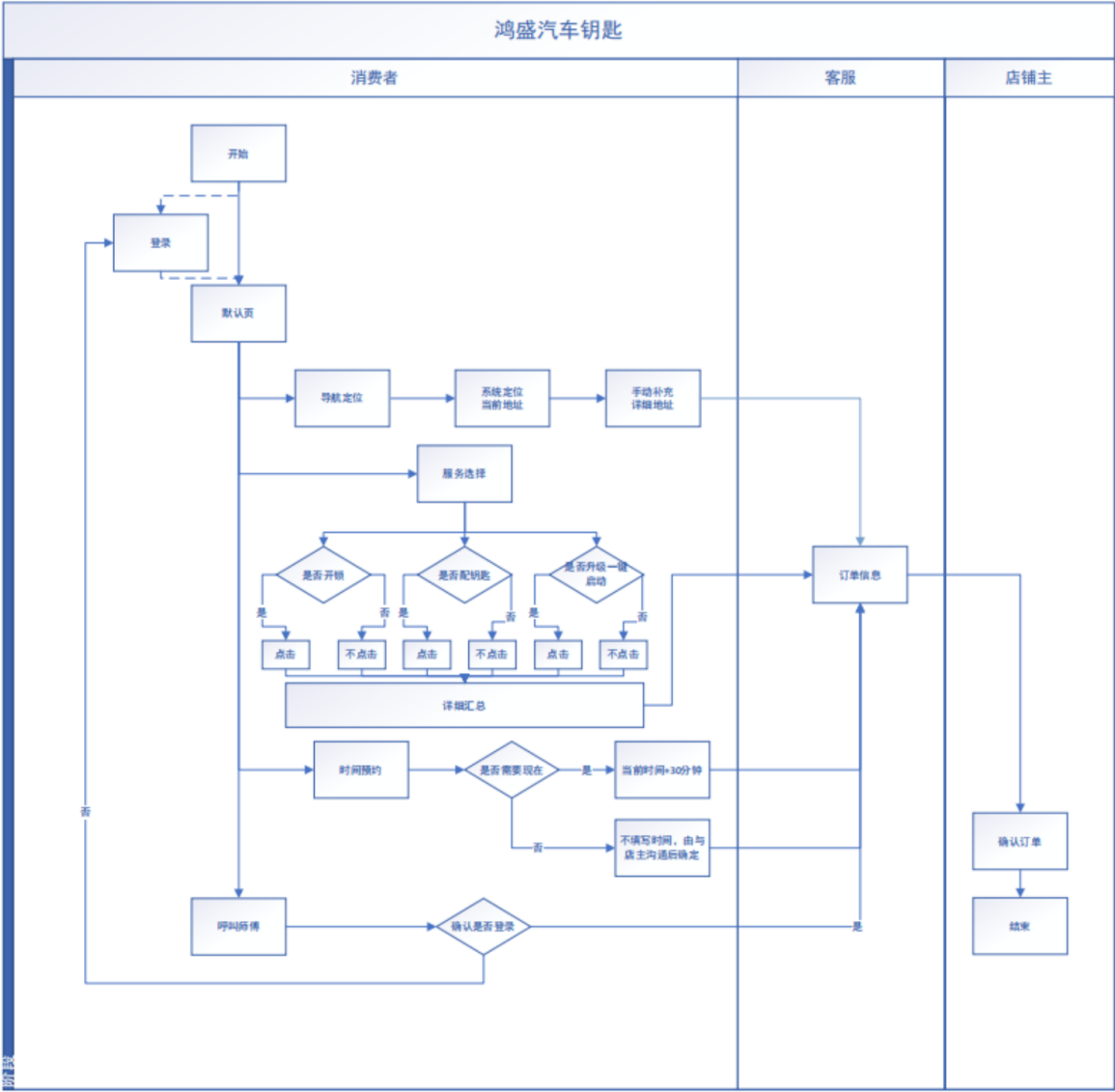
升级

流程图

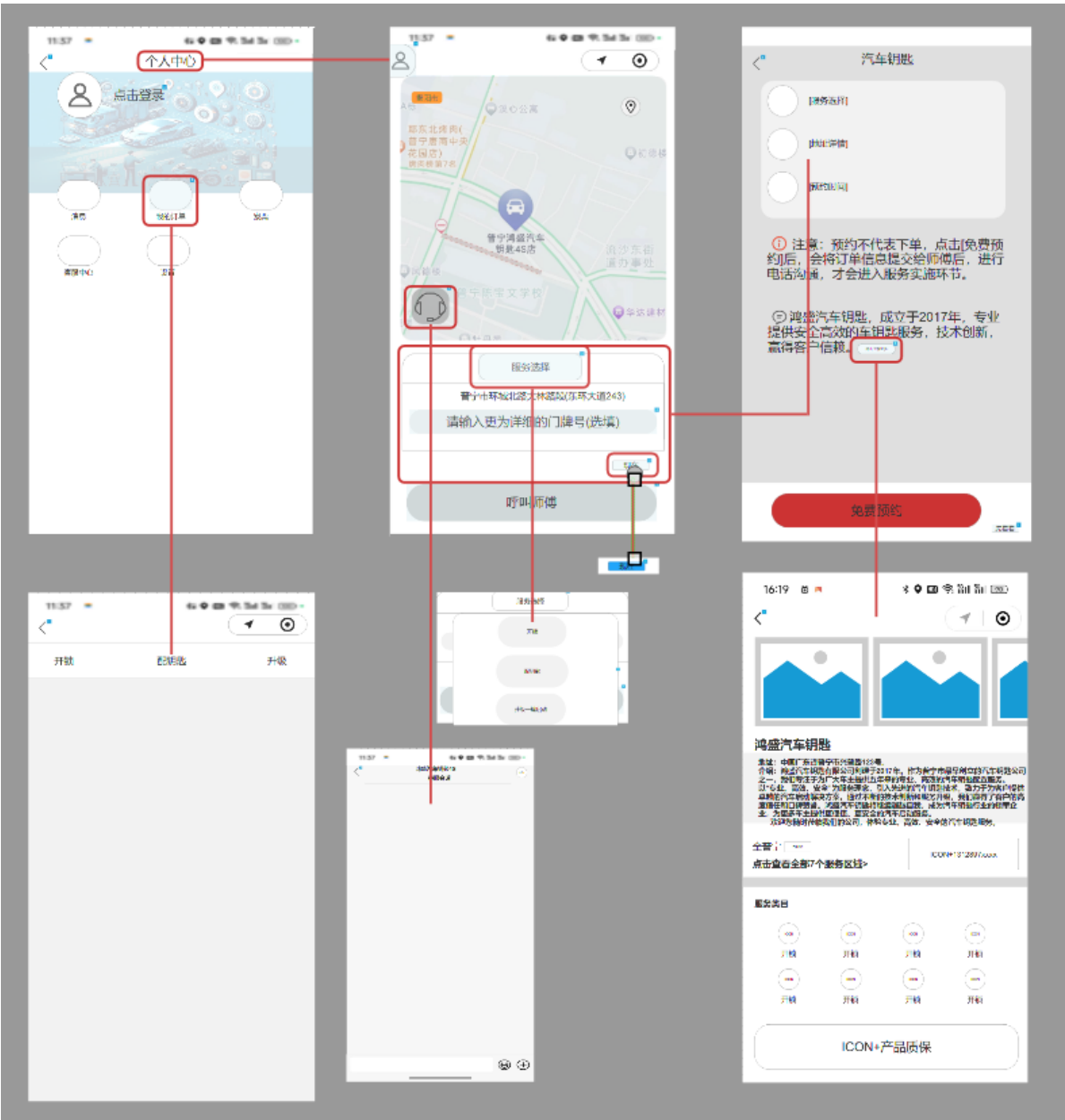
登录流程图



服务流程图



UI交互图



8. 竞品分析

产品名称	产品版本	体验平台	体验系统	体验时间	竞品类型
汽车钥匙4S	微信小程序	oppo 11-k	ColorOs 14.0	2024.1.29	直接竞品
开锁宝	微信小程序				间接竞品
58同城	微信小程序				间接竞品

战略层分析					
产品名称	产品定位	商业模式	特色功能	核心用户	
鸿盛汽车4S	旨在为普宁市区范围内需要配置汽车钥匙的用户提供便捷、高效的服务。	通过提供便捷、高效的汽车钥匙配置服务吸引用户，引导他们到鸿盛汽车4S店购买实际的钥匙配置服务。		普宁市区的汽车钥匙配置用户，追求便捷高效的服务。	
开锁	旨在为全国范围内有各类钥匙配置和开锁需求的用户提供便捷、高效的服务。	建立平台，连接用户和锁匠，提供一站式解决方案，为用户提供便捷的钥匙配置和开锁服务。收益来源包括服务费用或增值服务。	导航地图	有各类钥匙配置和开锁需求的用户，寻求方便、可靠的平台来满足这些需求。	
58同城	为用户提供全面的本地生活服务信息和交易平台。	基于在线分类信息平台、广告收入、增值服务、交易手续费和数据商业合作。	服务广泛，品类众多	寻求本地生活服务 and 交易的广泛用户群体，包括房屋租赁、二手交易、招聘求职等各个领域的用户。	

9. 技术需求

- 开发平台：选择微信小程序作为开发平台，便于用户访问和使用。

- **后端技术**：采用支持高并发和数据安全的服务器架构，确保服务的稳定性和安全性。
- **数据库技术**：使用可靠的数据库技术管理用户数据和交易信息，保证数据的安全和快速访问。
- **接口安全**：实施加密通讯和安全认证机制，保障用户数据和隐私安全。
- **用户界面设计**：基于卡通风格，采用蓝色主题的设计方案，界面简便易懂，适合广泛用户群体。

10. 成功指标

- 店主方面
 - 预约率
 - **量化指标**：通过小程序完成的预约数量与访问量的比率。
 - **目标**：维持或提升预约转化率至少为30%。

车主方面

- 服务寻找和预约的便利性
 - **量化指标**：新用户完成预约所需的平均时间。
 - **目标**：用户从发现服务到完成预约的平均时间不超过5分钟。
- 服务满意度
 - **量化指标**：服务完成后客户留下的正面评价比率。
 - **目标**：正面评价占总评价的比率达到85%以上。

平台方面

- 用户活跃度增长
 - **量化指标**：日活跃用户（DAU）和月活跃用户（MAU）的增长率。
 - **目标**：DAU和MAU每月分别增长15%。

11. 后期规划

短期目标（1-6个月）

- **功能完善**：根据用户反馈，优先解决关键用户痛点，快速迭代产品以增强核心功能。
- **用户增长**：实施具体的市场推广计划，聚焦目标用户群，快速扩大用户基础。
- **合作伙伴关系建立**：与汽车服务相关的行业伙伴建立合作，扩大服务覆盖范围。

中期目标（6-12个月）

- **市场扩展**：根据初期市场反馈，评估并计划进入新的市场或目标用户段。
- **功能扩展**：基于用户需求和技术发展，引入新的功能和服务，如智能推荐系统、增强的用户个性化体验等。
- **数据分析和利用**：建立强大的数据分析能力，用于改善用户体验、优化运营效率和指导业务决策。

长期目标（12个月以上）

- **品牌建设**：通过持续提供优质服务，建立并巩固在行业内的品牌地位。
- **技术创新**：持续关注和引入最新技术，如人工智能、大数据等，以保持产品竞争力。
- **可持续发展**：评估并实施可持续发展战略，包括提高服务效率、减少运营成本、负责任的环境实践等。

实施和评估

- **里程碑评估**：定期评估项目进展与里程碑目标的实现情况，确保项目按计划推进。
- **调整和优化**：根据评估结果和市场变化，灵活调整后续规划和资源分配，确保项目适应环境变化和用户需求演进。

12. 附录

汽车钥匙4s小程序 <https://linyiji.github.io/CarKey-demo/>