明心心理咨询网 产品构思

# 问题描述

1. 北京XX心理事务所旨在为民众提供心理咨询、心理疏导的相关服务，该事务所的主要服务范围为北京市区，并且只有通过电话预订时间、与咨询师确认完成之后，才能来到现场进行相关咨询。存在的主要问题包括：

* 服务对象有限：若要进行心理咨询，必须前来事务所现场，这对于腿脚不便的群体不甚友好；另对于心理障碍群体（如自闭症患者），面对面咨询的开展具有一定难度。
* 服务范围有限：该事务所名气较小，很难通过一般手段获得异省客户源。
* 业务范围有限：就当前宣传手段而言，得到的效益微乎其微。事务所无法精准地捕捉目标客户，目标客户也未必能获取到事务所的信息。这对于后续多项业务拓展相当不利。

1. 截止2017年统计数据，我国精神心理疾病的患病率为17.5%，有超过2亿人受到精神心理疾病的困扰。在心理健康知识普及工作不到位的当下，大量受困于心理疾病的群众对自身缺乏准确的认知，不愿就医、或不知从何就医成为主流。“小纠结”不疏导，最终发展为重度心理疾病的案例不在少数。
2. 借助于信息化发展的高速路，互联网媒体成为当今最为活跃的传播介质。互联网媒体具有迅捷性、多媒体化、交互性强等特点，表现在传播主体多元性、受众自由性等方面，较传统媒体更新频次更高、涵盖信息更广、影响力更强，且更容易被群众所接受。但高度自由的网络媒体局限性尚存：

* 信息分散，聚合度低；
* 信息质量待考量，专业领域知识缺乏可靠性；
* 指向性、针对性低。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为缺乏心理关怀的群体提供专业、一体化的在线预约和在线心理咨询和回访服务，以简化客户的预约流程，提高事务所的工作效率，以便更好地拓展业务。

**商业机会：**

* 用户群主要定位于隐性精神疾病患者，以及希望学习心理学知识的一般群众，客户群体足够大。该事务所为事业单位，拥有稳定、具有资质的咨询师团队，能够长期提供专业的心理咨询服务。
* 得益于互联网的优点，更容易为咨询产品做推广。同样，也能为客户提供更加便捷、更加优质的服务。
* 通过发布组织咨询师录制的相关课程、撰写的专业文章来培养潜在客户，以扩展目标客源。
* 通过发布相关活动和通告，提高线下活动的参与人数和关注度，以推广公司项目，培养潜在客户。

**商业模式：**

* 在线咨询的固定计费制度
* 在线倾听的基本价+按时计费制度
* 视频课程的一次录制多次售卖
* 组织线下活动收取的报名费

# 用户分析

1. **以用户角色为指标**
2. 普通用户

指客户，即抱有某种需求来访的用户。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 权限 | 购买  业务 | 提供  业务 | 阅览  文章 | 发表  文章 | 加入  课程 | 发布  课程 | 发表  评论 | 个人  中心 | 后台  管理 |
| 是否享有 | √ | × | √ | × | √ | × | √ | √ | × |

其中，购买业务、加入课程、发表评论、个人中心只对登录用户开放。

1. 咨询师

咨询师为该公司员工，咨询师数据由公司直接导入，不通过个人填写。

咨询师完全继承了普通用户的权限，且同时也是倾听师，即具有“普通用户”、“咨询师”、“倾听师”的三重身份。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 权限 | 购买  业务 | 提供  业务 | 阅览  文章 | 发表  文章 | 加入  课程 | 发布  课程 | 发表  评论 | 个人  中心 | 后台  管理 |
| 是否享有 | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |

注意，这里“提供业务”种的业务包括咨询和倾听两种。

1. 倾听师

倾听师可能不是该公司员工，即这里的倾听师可能是上条所述的咨询师或志愿者等。

倾听师同样完全继承了普通用户的权限。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 权限 | 购买  业务 | 提供  业务 | 阅览  文章 | 发表  文章 | 加入  课程 | 发布  课程 | 发表  评论 | 个人  中心 | 进入网站后台 |
| 是否享有 | √ | √ | √ | × | √ | × | √ | √ | √ |

注意，（不具有咨询师身份的）倾听师后台订单页不显示咨询订单，且无排班管理。

1. **以用户活跃度为指标**
2. 业务用户

业务用户又称付费用户，指明确的业务需求、能够带来收益的用户。

具体指在网站上进行或准备进行业务预约（包括咨询业务预约与倾听业务预约）、课程购买的用户。

1. 无业务用户

和业务用户相对，指没有具体业务需求的用户。下分三类：

* 1. 兴趣用户：对相关业务感兴趣，想要购买相关产品但暂无决策或尚未做出决定；
  2. 活跃用户：经常登录、浏览页面，但尚无相关业务需求；
  3. 偶然用户
* 偶尔登录，无目的浏览，无业务需求；
* 新用户

以上“无业务需求”是指：近期短期内不会付费购买相关业务产品。

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用ZUI UI框架和Ajax异步技术，后端技术采用Spring+Hibernate+HQL体系，使用MySQL数据库，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用阿里云平台进行应用软件部署，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

1. 第三方登录：理解OAuth2.0的授权机制，以及根据应用场景选择授权流程。
2. 加密技术：针对get方式的请求使用des加密技术。
3. webRTC 技术：实现语音，视频聊天，同时使用https加密提升浏览器操作摄像头的权限。
4. 轮询技术：以便实现同步的效果,当数据库内容改变时，网页不需刷新就能显示最新数据。
5. 全文检索技术：构建搜索索引序列，使用框架创建调用搜索索引
6. 富文本编辑器：实现咨询师上传文章以及评论功能。
7. boncp连接池技术
8. js实现视频断点续播

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有在线业务的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合需求、交互 友好的产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，掌握流行网站构建技术。关注在线音视频流技术发展，及时对框架进行迭代调整。

前端界面设计：设计符合事务所宗旨的UI

前端程序员：了解流行前端框架，进行前端页面代码编写。

后端服务器程序员：了解流行、常见的后端服务器框架，进行后端代码的编写。

咨询师代表：包括事务所员工代表和兼职代表，了解他们的工作习惯和薪资预期，优化工作统筹和人力调配；

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成资源和宣传推广；

设备

本地PC服务器、个人PC；

设施

10平米以内的固定工作场地；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 用户认可度不高 | 同类网站鱼龙混杂，使用户抱持怀疑态度 | 商业风险 |
| R2 | 咨询师参与度不高 | 缺乏鼓励政策，咨询师对该项目持观望态度；客源较少，使咨询师忽略了该项目业务 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现及时应答 | 入住咨询师数量较少，或在线咨询师数量较少，轮岗制度不完善；咨询师未公平看待用户，对用户进行筛选，有意不接受工作 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

# 收益分析

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加10万元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为30万，第3年为60万，第4年为100万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 396000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 936360 |
| 累计成本 | 360360 | 526360 | 676360 | 812360 | 936360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 | 930000 | 2400000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 | 2400000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -269360 | 83000 | 300000 | 544000 | 806000 | 1463640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -186360 | 113640 | 657640 | 1463640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1463640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 156% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |