method 产品构思

# 问题描述

1. 某市大量公司员工每天有大量的工作要做，包括开例会、记录日常工作细节、安排工作计划、记录预约客户；而他们的主要记录途径是电脑记事本、笔记本，存在的主要问题包括：
2. 查找记录不方便，不利于提高员工的工作效率；
3. 记录在笔记本上，记录需要手写、翻阅需要花费很长时间，不便于翻阅、易丢失，缺乏安全性；
4. 无提醒功能，易忘记事务，不能合理安排时间
5. 某市大量大学生每天有很多课要上，还有作业需要完成，并且需要参加各种活动以及大小会议；而他们缺乏主要记录途径，事情冗杂，很难规划好自己的时间，容易忘记作业提交时间或者会议时间地点，不能合理安排考试或复习时间计划。
6. 某市普通市民每天有很多生活琐事要做，包括购物、浇花、遛狗、健身、重要节日提醒；而他们缺乏记录途径，部分健忘人士容易忘记处理这些琐事，因为工作或者学习忙碌而忘记锻炼身体，不利于养成良好的习惯和身体健康，降低生活质量，给生活带来不便。
7. 某市广大市民有生活追求和愿望，需要制定实现愿望的计划，包括购房计划、买车计划、生娃计划、旅游计划等等。他们缺乏一个能长期稳定记录愿望的工具，缺少实现愿望的动力，不利于实现个人追求。
8. 某市广大市民每天有丰富的物品采购需求，包括日用品、食品、服装等等，而他们没有具体记录购物清单的载体，存在主要的问题包括：
9. 忘记某一项采购物品
10. 不会按需购买，会过度消费
11. 无计划购物，浪费时间
12. 目前大众已逐渐习惯用手机备忘录和日历来记录事件，享受到了电子产品带来的便利，具备了充足的计划事件意识和习惯；但是现有产品尚存在如下不足：
13. 在后台关闭的情况下不能提醒用户待办日程
14. 对于重要事件无法做倒计时提醒

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为大众提供享受便利、贴心、高效的计划事务的应用程序，使大众每天宝贵的时间变得更加有效率、有目标和动力；可以让用户抓住一瞬的灵感，瞬间记录。把人们要做的想做的事情以列表的形式记录下来，减轻大脑记忆的压力，大脑被解放后也就能专注的做其他事情，从而在各个方面都提高了做事的效率和积极性。把宝贵的时间用在重要的事情上，不跑偏生活的方向，成为时间和生活的掌控者，用心生活。

**商业机会：**

* 用户群庞大，每个年龄段的群体都适合使用，且操作简单易上手。是大众的日常生活十分需要的产品。
* 利用个性化显示的优势，提供贴心高效的计划编写，一次设置可搞定重复任务，用户可以选择不同方式快速录入，吸引用户，在同类型产品中具有较强竞争力。
* 可以对用户设置的待办日程进行倒计时和提醒，提高用户执行的积极性，便于用户及时高效的完成待办日程。
* 价格优势：会员功能低于同类型产品价格收费
* 即便是在后台关闭的情况下，用户在设置中仍可以选择待办日程提醒。
* 针对部分学生每日背单词的需求，本产品和相关背单词产品进行合作，在本产品中可以直接跳转并打开背单词应用，在对应产品中完成背诵任务时，本产品的背诵任务也将自动勾选。

**商业模式**

* 会员服务：包括个性化服务（日历时间轴视图、历史统计悬浮球、会员专享主题、会员专享背景音、自定义滑动手势、可以去广告）
* 店铺广告
* 和其他应用程序之间的合作

# 用户分析

本电子商务网站主要服务两类用户：

本应用程序主要服务三类用户：

* 公司员工：
* 愿望：能够有效合理地利用好自己的时间，提高工作效率，随时查看或编辑自己的待办日程。
* 操作能力：熟练操作手机应用，学习能力较强，接受新事物能力较强。
* 经济能力：消费需求和消费潜力较大。
* 对于本应用的需求程度：较强。
* 其他：公司员工有较强的条理需要，例如每日要完成的工作，完成工作的先后顺序等。
* 学生：
* 愿望：能够有效合理的利用好时间，需要被提醒作业截止时间、开会时间地点、考试时间和复习安排、上课时间地点和授课老师等信息。可以腾出自己自由的时间。
* 操作能力：熟练操作手机应用，学习能力很强，接受新事物能力很强。
* 经济能力：消费需求和消费潜力较大。
* 对于本应用的需求程度：较强。
* 其他：学生有较大的合理的时间安排的需要，例如在每天面对众多课程和会议时，怎样合理安排才能有自己的空闲时间。
* 普通市民：
* 愿望：能够被提醒日常生活需要做的事情。例如购物清单、遛狗、浇花、健身、重要节日提醒、等平常但重要的事情，或者购房计划、买车计划、生娃计划、旅游计划等生活追求和愿望。
* 操作能力：本应用操作简便，有多种输入方式，上手快，即使是对于操作手机应用不熟练的人来说也可以顺利使用。
* 经济能力：可轻松承担本应用的消费。
* 对于本应用的需求程度：较强。

# 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React技术进行服务端渲染，后端技术采用LAMP体系，使用Express框架，前后端分离，可快速完成开发；

平台

初步计划采用腾讯云的服务平台支撑应用软件，虽一直收费但是学生认证之后价格不贵；

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

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合不同群体特征提供快速记录和提醒服务，同时支持灵活的服务推荐，比如节日、重要事件等；

# 资源需求估计

人员

·产品经理：依据本产品的商业背景的定位，吸取已有类似应用程序的成熟经验，结合广大市民生活特征和实际需求，设计方便各类人群生活和工作的产品。

·IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长的用户量及与多种商家、应用程序或广告开发的支持。

·公司职员代表：有较多工作不便之处的公司职员代表，帮助分析职员群体的需求心理和迫切程度。

·学生代表：有较多学习繁杂之时的学生代表，帮助分析学生群体对本产品的需求心理和迫切程度。

·普通市民代表：有较多生活琐事的普通市民，帮助分析普通市民群体对本产品的需求心理和迫切程度。

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商家扩充和宣传推广；

设备

一台本地PC服务器；

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 | 没有足够区别于已有同类型产品的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 语音录入功能攻克困难 | 对于人员的培训不够及时，对方法、工具和技术理解的不够，应用领域的经验不足 | 技术风险 |
| R3 | 软件产品被窃取 | 在软件这方面安全意识比较单薄，对软件产品的开发主要注重技术本身，而忽略了对产品安全的保护 | 安全风险 |
| 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 |
| R6 | 测试结果准确性不够，产品发布延期 | 被技术难度，测试能力和经验所限，技术水平相对较差 | 测试风险 |
| R7 | 需求变更没有及时沟通，开发代码提交没有及时告知 | 项目进行过程中，开发人员之间的沟通、协作，难免存在误解、沟通不畅的情况 | 沟通协调风险 |

# 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15万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为20万，第3年为40万，第4年为70万，第5年为110万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 282900 | 150000 | 150000 | 150000 | 150000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 257439 | 124500 | 112500 | 102000 | 93000 | 689439 |
| 累计成本 | 257439 | 381939 | 494439 | 596439 | 689439 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 200000 | 400000 | 7000000 | 1100000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 166000 | 300000 | 476000 | 682000 | 1715000 |
| 累计收益 | 91000 | 257000 | 187500 | 1033000 | 1715000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -166439 | 41500 | 300000 | 374000 | 589000 | 1138061 |
| 累计收益-累计成本 | -166439 | -124939 | -306939 | 436861 | 1025561 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1138061 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 165% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第4年 |  |  |  |  |  |