社交平台together 产品构思

# 问题描述

1. 我们绝大多数人在与人相处时都已经不知不觉中习惯了做价值评判与动机揣测，Together项目希望可以做到一个较为单纯的结伴，根据条件筛选，找到和自己志趣相投的人，在空余时间可以结伴游戏，学习，跑步，吃饭等。
2. 现存的成熟软件如探探，soul，陌陌等，都比较偏向男女交友，探探更是注重颜值交友，未注重交友深度，一些单纯想要找朋友的用户需求没有满足，Together主要提供的是志趣相投的人一起结伴做一些事。
3. 现实中交朋友，从打招呼到了解兴趣再到判断是否志趣相投，存在较大的的时间成本和空间成本，很多内向的人甚至很难迈出第一步，很多人身边没有真正志趣相投或是品味一致的朋友。而Together，可以节约时间成本，通过用户注册的大数据和用户筛选完成一些匹配，并且让朋友之间的认识从相同的兴趣开始。
4. 单纯的线上交友存在一定的风险，Together平台提供手机号认证以及举报报警等安全方面的服务，为“奔现”提供安全保障。

# 产品愿景和商业机会

**定位**：

为独处的当代年轻人提供便利交友平台，使交到志趣相投的朋友成为一件简单的事，丰富人们的生活。

**商业机会：**

* 针对不同的板块，提供不同的广告招商，如：约饭可以根据定位提供吃饭的地点广告，同时为用户提供一些价格，环境等的筛选。可以提供叫车服务，并且提供双方的相对定位地图，了解对方的地点动向。
* 提供用户打赏的界面，一些体验较好的用户，可以打赏平台。

**商业模式：**

广告费用

用户打赏

# 用户分析

本社区交友类平台主要服务用户：

* 生活乏味枯燥，环境单一，交友欲望强
* 想找寻志同道合的朋友的同时注重社交深度的年轻人
  + **用户需求**：线上交友，排解寂寞和孤独感；找到志同道合的朋友；轻颜值，重志趣；不肤浅，不表面化，注重社交深度
  + **用户设备**：手机端，PC端，Android和Ios普遍支持
  + **用户交友氛围**：身体和精神都可以在路上（支持同城线上线下双交流和非同城线上交流）
  + **预期性别使用比例**：1.2:1，女性用户的比例要高一些。这可能与女性生来感性、细腻的特征有关，她们更渴望倾诉，更希望有人与她们进行交谈，倾听她们的想法，在社交方面追求的也更为注重感觉及内心等更深层次的需求。
  + **用户地区划分**：对于陌生人交友类app还是比较经济较为发达的地区接受度更高。
  + **用户群体划分**：中青年人群较多（主要是35岁以下的年轻人），青年人群占比更大，更好奇，更愿意尝试和接受线上交友，其中经济发达地区用户比其他城市用户使用年龄的差值更大
  + **解决痛点**：

（1）拓宽用户的交友渠道，线上线下同时交友：现在的许多年轻人由于工作生活环境的单一性，社交圈子很窄，缺乏认识新朋友的渠道。导致现在很多年轻人缺少朋友，尤其是那些与自己可以聊得来的人。together通过算法筛选找到共同兴趣的人，从而引发用户的共鸣，进而帮助用户与找到自己合得来的朋友。

（2）倾诉与宣泄，提供纯聊天模式的私密空间让你尽情大胆的说出来：人大多好面子，有些事情不愿让自己的亲朋好友知道，但是有压力又要想办法得到释放，压在心中的话自然也要说出来。微信朋友圈人又多又杂，发条朋友圈还要深思熟虑，往往敲下满腹心事却又默默删除，翻遍好友列表却找不到一个可以与其倾诉的人。这时用户需要的是一个私密空间，减少顾虑，使他们可以放得更开

（3）多方面针对性寻找，跨过废话，直奔志趣相投之人：每人都有自己擅长和感兴趣的东西，可能生活朋友很少，大多故事无人倾听，大多谈话对牛弹琴，想找人陪你奔跑在宽阔大道最后却依旧孤独的漫步于人群熙攘的街头，在这里可以匹配到与你同城并且和你有相同志趣的人线下面对面交流，并且可开启平台的实时定位，暗中守护你

# 技术分析

采采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用Bootstrap开发框架、用Ajax创建交互式、快速动态[网页](https://baike.baidu.com/item/%E7%BD%91%E9%A1%B5/99347)应用，后端技术采用LAMP体系，可免费快速完成开发；后端算法涉及推荐系统NLP算法，根据用户兴趣推荐其他用户以及动态，采用python语言。

平台

初步计划采用亚马逊的云服务平台支撑应用软件，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

第一是对用户诉求的匹配精准度是难点，应该让用户在匹配完后给予显性的反馈，提高匹配精准度。

第二产品设计上重点考虑如何符合用户群体特征，同时支持灵活的活动，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和定位，吸取已有社交平台的成熟经验，结合地理位置和用户特征，设计符合当代年轻人社交需求产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，编写精准算法支持匹配功能，同时确保后台数据检测和后台重要变化提示

UI设计师：有良好审美，可以设计符合当代年轻人审美喜好的页面风格

不同年龄阶段用户代表：有过往使用社交平台经验的，帮助分析用户的使用偏好和分享用户体验，实现更好的优化

资金

产品完成前的大量测试费用，产品完成后的运营和宣传推广，产品使用其他平台服务的花费

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 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有网络社交的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 用户体验差 | 匹配到非常合不来的人导致用户体验感差 | 用户风险 |
| R3 | **用户粘性低** | 中国的传统观念里，陌生人社交是情感需求的敏感地带，用户本身就有一定的防备心，这不仅限制了用户的增长，也压抑了产品价值的增长 | 流程风险 |
| R4 | 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 | 人员风险 |
| R5 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 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 |  |  |  |  |  |