主要目的为提高爱奇艺ott会员转化率，因此我主要从三个方面去思考。

一、用户人群

主要有两个方面：

1、66%为青年人群：此类人群的特点是教育程度较高，消费能力较强，属于主动消费者，愿意尝试知识付费。

2、52%为女性：他们喜欢了解热门的电影、电视剧和综艺，因此愿意去付费观看。

其中，对于第一点，若为了提高转化率和用户留存率，则需要让他们觉得付费很值，愿意付钱。而对于第二点，则对平台自创内容和创造热点的要求比较高，能够吸引和迎合女性用户。针对以上几点，可提出的建议为：

1. 付钱后能得到相应价值，广告时间消失、观看最新热门电影、电影专访彩蛋、增加投票数量和蓝光观看权。
2. 平台自创内容丰富且吸引人，要求版权和综艺要多。

二、使用场景

主要有三个：

1、家庭聚会，互联网电视在16:00-21:00后家庭团聚时间使用量比较大，其中16:00到19:30为黄金时段，此时用户粘性最高。

2、单纯的看电影和电视，也分为主动和被动。主动是用户明确自己知道想要的内容，直奔主题，被动为用户不知道具体要看什么，只是想看电视或电影，下一步需要自己去找电影。此时就需要推送好的影片或给用户详细介绍他选择的影片，让他有兴趣观看。（结合到用户交易流程中考虑）

3、了解热点，其实和主动看电影电视差不多，但区别在于用户的重点在于热点，对于热点和劲爆内容他需要把握的越多越好，即类似于综艺番外或者电影彩蛋。

其中，对于第一点，用户此时的**主需求是培养家庭的感情，次需求才是内容，**而培养感情的方式有很多种，在ott中主要是家庭成员一起讨论和吐槽剧情和演员，根本还是基于内容去培养感情，但是否可以用内容去服务培养感情的方式。因此我给出的建议如下：

1. 会员可以玩一些小游戏，比如模仿电影中的人脸表情，结束后有评分可以显示在电影旁，给予他精神激励。

针对第三点，可否让会员看到热点事件或热点明星的番外，比如自家媒体的采访、节目彩蛋和该人物以往的节目，给出的建议如下;

1. 开会员后可以查看特别的节目，能激发兴趣和刺激热点。

三、用户交易流程

用户购买会员的可以分为两种情况：

1. 不想看广告，此种情况用户购买会员的主要目的是减少广告时间，其次才是观看的内容具体是什么。
2. 看到喜欢、想看的电影，开会员。此时流程为【选择影片（主动或被动）】--【查看影片简介】--【点击试看】--【广告】--【试看内容】--【结束试看】--【选择购买】

针对第一点，属于平台策略问题，假设原平台策略如下：不开会员时，广告时间有60秒，平台主要靠广告来盈利；开会员后，会员费用为15元。用户无广告，主要靠会员费盈利。那么是否可以改变策略来提高会员订单率，找到广告和会员价格的临界点，因此我的建议如下：

1、制定新策略，降低会员费用，用低价格吸引用户，但会在视频内容中间阶段放一段时间很短的广告（5~10s）

针对第二点，分为主动和被动，主动观看意味这用户有目标导向很强，他很了解自己想要看什么，因此在用户交易流程方面中，他只在意【选择购买】阶段，即有哪几种购买方式可供选择，为此让用户购买会员，我的建议如下：

1. 增加两种购买选择方式，一种为单次观看收费1元，另外一种为购买包月会员（类似于网易云音乐）。原因如下：
2. 主动看影片说明用户蓄谋已久，此时只想看这一部电影或电视剧而对其他的不感兴趣，存在这种需求。
3. 当存在两种购买方式后，用户会比较两者的差异性并选择性价比最高的，换而言之，第一种购买方式是为第二种服务，主要目的是刺激用户去选择包月会员。

对于被动观看影片的用户而言，此时我们需要给他推送他喜欢的电影或电视剧，在选择影片后，他在交易流程中其实最在意的是【查看影片简介】和【试看内容】这两个板块，因为他需要对影片足够了解或足够吸引他的兴趣，他才乐意去购买会员继续观看。

【查看影片简介】主要为介绍影片的具体剧情，但其他人对影片的评价可能比用户自己根据简介判断影片好不好看更直观一些，因此我的建议如下：

1. 把【影片评价】尽量放在离简介近一点的地方，让用户可以再观看简介的同时一眼发现评价。

【试看内容】一般可以看影片前6分钟或10分钟，这么短时间其实很难展现出影片的精彩之处，换而言之就是很难在短时间内吸引用户，不能吸引用户则激发不了用户的购买欲望，因此我的建议如下：

1. 除去【试看内容】外，可否增加【精彩内容】，时间比预告稍长，但仅仅只展现影片精彩片段。
2. 把【大家截取的精彩片段】尽量放在离【试看内容】按钮近一点的地方，刺激用户对观看影片的欲望。