

# 12. 问卷有礼

---

## 一、背景和目的

### 1. 背景

市面上的问卷收集产品都很复杂，要么很不友好，要么就是很丑。公司层面认为问卷市场存在较大机会，计划做一个问卷收集产品。有以下几点要求

- 要简单：功能要轻，不要太复杂
- 要好用：体验要好
- 要酷：要好用，方便
- 多端能用：用户可以跨不同平台填写问卷（PC、移动、微信等）

### 2. 目的

收获流量，挖掘商业价值。

## 二、市场分析

粗浅了解，市场上主流问卷平台有问卷星、问卷网、腾讯问卷等。都是相对正式严谨的工具。类似的其他产品还有很多。产品形态均是推出基本版，免费面向大众，而面对专业团队、企业采取会员付费形式。

公司如果走一条道路，若想有所收益，短期内是无法实现的。  
然，问卷类产品还有一条“不严谨”的道路。

朋友圈经常风靡测评类的游戏，基于娱乐性，大众接受度高且半信半疑。

服务企业，通过趣味性的问卷收集进行全平台营销，是否是一条可行之路？

名字：快手问卷

## 初定商业变现道路

1. 产品优势
  - a. 发布问卷：轻量、多端能用
  - b. 多平台营销，吸引流量
2. 产品阶段
  - a. 探索期：发布偏测评问卷

b. 成长期：做问卷领红包