**校园电子跳蚤市场 产品构想**

·**问题描述**

1. 每到毕业季，某大学四年级的毕业生们会有很多物品无法带走，包括书籍、台灯、桌子等；而他们处理这些物品的主要方法就是通过学校在指定场地举行的跳蚤市场进行出售，存在的主要问题包括：
2. 因场地面积限制，无法摆放所有物品
3. 人数众多，场地拥挤，略显混乱
4. 受天气因素影响较大
5. 某学校举行跳蚤市场售卖流程过于繁琐，切场地紧张，无法划定更大的场地，且具有安全隐患。
6. 某校大一大二大三学生已习惯在跳蚤市场中购买一些宿舍以及学习所需要的物品，但去跳蚤市场购买仍具有以下问题
7. 场地拥挤，无法将所有摊铺都逛到
8. 跳蚤市场开放时间过于短暂，可能没时间去

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为在校大学生提供享受便利、贴心、实惠的网络交易服务的电子商务平台，使宝贵的大学生活变得更加多采、时尚；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于大学、职技等学校的大一大二大三在校生，货源主要定位于当年的应届毕业生；
  + 利用学校举行的跳蚤市场在学生心中的地位以及便利优势，提供免费的交易平台；
  + 利用地域优势，确保买方和卖方公平交易，当天完成交易；

**商业模式**

* 物品差价；
* 商品推荐竞价排名；

# 用户分析

本电子交易网站主要服务两类用户：

·某校大一大二大三学生

愿望：通过二手价格买到宿舍必需品以及学习资料，越方便简单越好；

消费观念：便宜，保存完好的宿舍书桌等，写有毕业学长学姐的笔记、学习经验的资料书籍；

经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大

计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高；

·大四应届毕业生

痛处：毕业之后很多东西无法带走，只能通过跳蚤市场进行售卖或废品处理；

计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高；

优势：价格便宜、学习资料上附带自己的经验笔记，对学弟学妹吸引力大；

# 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Bootstrap、Ajax，后端技术采用LAMP体系，可免费快速完成开发；

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

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的商品推荐，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和定位，吸取已有电商网站的成熟经验，结合地方特点和用户特征，设计符合某大学生网购模式的产品。

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交易量及灵活变化的商品展示的支持。

学生代表：有较多购物经历的学生代表，帮助分析学生群体的购物和消费特征；

商家代表：主要经营学生用品、礼品的商家，帮助分析商家需求、期望等；

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 | 大一大二大三学生认可度不高 | 没有足够吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 大四应届毕业生参与度不高 | 大四应届毕业生对电子跳蚤市场信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法实现当日完成交易 | 大四应届毕业生与买方学生时间冲突，无法完成交易。 | 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 |

**核心团队说明**

**项目经理：**鞠栋杰。有专业的项目管理能力和成功的项目管理经验。

**产品经理：**小红。熟悉互联网和网购产品，了解用户特征，对产品品质要求高。

**技术专家：**小兰。有丰富的开发、设计经验，并多次成功带领技术团队完成互联网和电子商务软件开发。

**UE/UI设计师：**小美。有审美品味，熟练掌握各种界面设计工作，能够关注用户使用特征，成功设计多个互联网网站的界面和交互。

**测试专家：**乐乐。细心、耐心，拥有丰富的测试经验，并融洽地与技术团队配合。

2019．3月:组建核心团队和合作模式、确定产品定位和第一版产品范围；

* 3.5前核心团队沟通两次，确定合作模式和分工；
* 3.10前确定产品定位；
* 3.15前完成第一版界面原型；
* 3.20前确定第一版产品范围；
* 3.25前完成主要技术点研究；
* 3.30前确定下一阶段任务的细化安排；

2019．4月：产品的需求细化、产品设计细化；

2019．5—6月：组建网站建设团队，进入建设期；

2019．7-9月：产品进入贝塔测试阶段（吸引尽可能广泛的商家和学生进行测试）；

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **姓名** | **项目角色** | **利益相关程度** | **影响水平** | **特点分析** | **管理策略** |
| 鞠栋杰 | 项目经理 | 高 | 高 | 有专业的项目管理能力和成功的项目管理经验 |  |
| 小红 | 产品经理 | 高 | 高 | 熟悉互联网和网购产品，了解用户特征，对产品品质要求高。同时也是产品提出者，资金引进者，兼有发起人特点。 | 产品方面必须以他的意见为主，重要事情多与他沟通协商。 |
| 小兰 | 技术专家 | 高 | 高 | 有丰富的开发、设计经验，并多次成功带领技术团队完成互联网和电子商务软件开发。 | 技术以他为主导，充分授予其在技术工作和领导上的信任及权力 |
| 小美 | UE/UI 设计师 | 高 | 高 | 有审美品味，熟练掌握各种界面设计工作，能够关注用户使用特征，成功设计多个互联网网站的界面和交互。 | UE/UI以她为主导，充分授予其在该方面的权力 |
| 乐乐 | 测试专家 | 高 | 高 | 细心、耐心，拥有丰富的测试经验，并融洽地与技术团队配合。 | 质量以她为主导，充分授予其在该方面的权力 |
| 小刚 | 大四代表 | 高 | 中 | 即将毕业，有处理资料、桌椅的需求 | 与其充分交流沟通，了解商户的共性和需求，在项目过程中多与其沟通和听取意见，发动其联系更多商户收集需求 |
| 陈光辉 | 学生代表 | 高 | 中 | 大学二年级学生，时尚、爱购物，有丰富的网购经验 | 与其充分交流沟通，了解学生的购物特点，在项目过程中多与其沟通和听取意见，发动其联系更多学生收集需求 |
| 某大学 | 竞争对手 | 高 | 低 | 有较强的地域限制 | 研究其优缺点，取其所长，攻其所短 |