

实验安排 2 – 产品&商业模式设计

【实验组织】：参照之前的文档

【实验内容】：

(2) 产品&商业模式设计(北京时间 2024.12.30 日晚 20:00 到期)

- 1) 在本阶段，每个小组以之前对于竞品的评估与蓝海战略探索作为基础，使用教材讲述的六种设计方法，即客户洞察、构思、视觉化思考、模型构建、讲故事、场景，在之前确定的选题方向内完成自己提出的软件产品的商业模式设计工作。
- 2) 结果文档(必须使用 pdf 格式)：所有内容请用一个文档来承载(首页要注明小组成员与度量数值)，文档本身需要一段简介来描述本阶段工作的概要与内容框架，六种设计方法的产物作为本文档的六个章节逐一描述。以下是对六种设计方法产物的具体要求：
(1) 客户洞察：至少两个典型客户群体的移情图(实践中一般为 3 到 5 个)与相关分析说明，需要包含客户针对产品的看、听、想与感受、说与做、痛点、收益六个部分；
(2) 构思：至少三个候选商业模式创意(实践中一般为 5 到 8 个，建议保持简略)，以及最终确定的商业模式创意(筛选或整合得到)，每个候选或确定的创意需包含驱动因素、“如果...会怎样”问题、以及创意对整个商业模式画布的影响；
(3) 视觉化思考：一张视觉化的商业模式画布(参考教材 147 页)与相关分析说明，画布应源于一同提交的视觉化讲述商业模式的作业(!请在作业中明确标注上传至 B 站的视频链接!)；
(4) 模型构建：更新过的商业模式画布与相关分析，需包含粗略的市场潜力预估、画布中各个模块之间的联系、以及支撑画布构建的基本事实(可引用上次作业的相关内容)；
(5) 讲故事：围绕(4)中的画布编写至少一个源自大作业团队(公司)视角的故事，以及至少一个源自客户视角的故事，故事中需指明与画布中模块的对应关系(务必注意故事的真实性)；
(6) 场景：对(5)中的客户视角故事设置客户与产品交互的场景，需体现出客户如何了解并评估产品、购买并获得产品、与产品交互、以及产品售后、客户对产品的评价与再次购买，建议突出场景与客户的连接(设计多个用户“交互点”)。
- 3) 要求：
(1) 本次作业构建的商业模式必须源于之前作业的选题，并与蓝海战略探索一致；
(2) 本次作业需要体现出细致的产品设计，不可泛泛而谈；
(3) 六个设计方法的产物在内容上要一致，六个章节之间需要通过文字描述进行逻辑上的起承转合；
(4) 文档排版清晰整洁，行文流畅可读性强，满足度量数值的要求；
(5) 内容设计与分析有深度。以上五点如有任何一点出现严重问题，扣除本阶段 30% 的分数。
- 4) 度量数值：客户洞察部分的移情图不得少于两个；构思部分的候选创意不得少于三个；模型构建部分更新的画布内总要点数量不少于 30 个，关联关系不少于 15 个；讲故事部分的故事数量不少于两个(至少一个公司视角故事，客户视角故事要源自两个移情图中的一个)；场景部分要点不少于 6 个(了解并评估、购买、获得、交互、售后、评价与可能的再次购买)，并简要论述场景的独特性(与其它竞品相比)。