

GTD项目策划案

1. 项目背景

1.1 市场分析

- 效率类工具需求：**随着现代社会节奏加快，个人效率管理工具的需求持续增长。根据市场研究，时间管理类App的下载量逐年增加，特别是在忙碌的职场人群中尤为流行。
- 用户痛点：**
 - 学习成本高：许多效率工具功能复杂，用户需要时间适应和学习。大部分效率类App功能复杂，需要用户花时间学习使用（例如自定义分类、标签管理）。
 - 冗余功能：大多数App并非专注于某一种方法，而是整合多种功能，导致用户迷失在功能选择中。
 - 轻量化缺失：现有工具往往设计成庞大系统，不适合希望快速记录和管理任务的用户。
- 市场空白：**
 - GTD作为一种成熟的时间管理方法，市场中以其为核心开发的高效易用App较少。
 - 用户需要一款无需复杂设置、可以即刻上手的工具。

1.2 差异化与市场机会

- GTD方法作为经典的效率提升方式，其核心思想深入人心，但许多App对其实现过于复杂化，市场缺乏简化版的轻量化工具。
- 瞄准“自由职业者”、“职场白领”和“学生”等需要高效处理工作/学习的群体，通过清晰的卖点和营销计划切入市场。
- 差异化优势：**
 - 主打“简洁高效”，专注于核心GTD步骤。
 - 强化提醒和复盘功能，提升用户任务完成率。
 - 简化操作，无需自定义分类，降低学习成本。

1.3 竞争产品分析

- 现有市场产品：**
 - Todoist：**强大但复杂，适合长期用户，入门门槛较高。
 - Notion：**多功能工具，但对纯粹的GTD支持不够直接。
 - OmniFocus：**专注GTD，但功能冗余，售价较高。

2. 产品概述

2.1 产品定位

- 核心理念：**一款基于GTD方法的轻量化效率工具，用户无需自定义分类，通过简单操作即可完成从任务记录到复盘的完整流程。专注于**GTD时间管理方法**，适合习惯依赖任务提醒、追求轻量化管理的用户。
- 目标客户：**
 - 自由职业者：**需要灵活管理任务和日程的个体。
 - 职场白领：**追求提升工作效率，减轻压力。
 - 学生群体：**需要有效管理学习计划和任务的年轻人。

2.2 核心功能

- GTD五步工作流：**
 - 收集：快速记录任务，支持语音输入与快捷键操作。
 - 整理：自动为任务分配优先级，减少手动分类。
 - 组织：生成可执行任务清单，根据时间轴排列。
 - 执行：每日待办事项推送。
 - 复盘：每周生成任务完成报告，统计任务完成率与时间分布。
- 高效提醒：**
 - 时间提醒：按任务到期时间推送。
 - 定位提醒：到达特定地点触发提醒。
- 轻量化交互：**
 - 简单的UI设计，所有操作不超过三步。
 - 支持手势操作和快捷方式。
- 用户激励机制：**
 - 每周复盘生成“效率分”，用户可以看到自己的效率成长轨迹。（待考虑）
- 多设备同步：**
 - 支持iCloud数据同步（后期考虑）。

2.3 增值功能（未来版本）

- 番茄工作法模块：结合GTD流程，将任务分解为25分钟工作周期。支持专注计时与休息提醒。
- OKR模块：帮助用户规划和追踪长期目标和关键结果。

3. 营销与推广

3.1 宣传策略

- 核心卖点传递：
 - 简洁、轻量化：无冗余功能，一目了然的操作界面。
 - 高效：任务完成率直观统计。
 - 零学习成本：用户无需理解复杂逻辑，上手即用。
- 社交媒体互动：
 - 开发透明化：通过社交平台（如微博、推特、小红书）实时分享开发进度，与潜在用户互动。
 - 用户反馈与改进：公开征集意见，吸引忠实用户参与，形成早期用户社群。
 - “早期股东”活动：通过社交媒体推出“早鸟计划”，用户可通过小额支持获取终身会员资格。

3.2 市场推广计划

- 初期市场切入：
 - 在效率提升、自由职业相关的垂直领域社区推广（如知乎、豆瓣、LinkedIn小组）。
 - 与知名效率工具博主或相关KOL合作，进行口碑传播。
- 长期用户维系：
 - 定期推出功能更新，与用户分享开发故事。
 - 鼓励用户通过评分和评论为App Store优化贡献。

4. 产品功能亮点

4.1 功能与技术优势

- 简洁高效的任务管理：
 - 市场中功能复杂的效率工具往往过载，GTD轻量化实现是市场差异化的关键。
- 智能化提醒与分析：
 - 自动化功能减少用户操作负担。
 - 数据可视化（柱状图、折线图）让效率提升看得见。
- 零学习成本的上手体验：
 - 基于常见行为设计（例如拖拽、滑动操作）。

4.2 用户体验优势

- 设计风格：Minimal风格界面，清晰的交互指引。
- 多端同步：支持本地存储为主（减少服务器压力），并兼容iCloud同步。

5. 盈利模式

5.1 收费模式

- 免费版：提供核心基础GTD任务管理功能
- 高级版：解锁复盘报告、番茄工作法模块（未来）、OKR模块（未来）。收费模式：月度订阅/年度订阅/一次性买断。
 - 月度订阅：15元/月。
 - 年度订阅：128元/年。
 - 终身买断：298元/次。
- 早期优惠：
 - “早期股东”计划：在开发期间以99元获得终身高级会员。

5.2 盈利目标

- 短期目标：吸引1000名付费用户（预计月收入≥15,000元）。
- 中长期目标：通过更新扩展功能，推动用户转化率，维持10%-15%的订阅续费率。

6. 风险与应对

6.1 可能风险

- 功能扩展影响简洁性：
 - 应对：以用户需求为核心，谨慎加入新功能，保持UI与核心功能的简洁。坚持以GTD方法为核心，扩展功能后期开发。

2. 用户流失：
 - 应对：定期更新，增加新鲜感，同时推出数据迁移和跨平台支持功能。
3. 市场竞争压力：
 - 应对：专注小众领域，以简洁、轻量化为卖点。
4. 初期用户获取困难：
 - 应对：专注社交媒体渠道，增加与用户的互动。利用社交媒体宣传“0学习成本”。

7. 技术实现

7.1 技术栈

- 开发工具：Swift + SwiftUI。
- 数据存储：使用Core Data处理本地任务数据，避免初期使用云服务的成本。
- 通知功能：基于iOS的UserNotifications框架实现任务提醒。
- 数据可视化：通过图表（如柱状图、折线图）展示复盘统计。

4.2 项目周期

1. 需求分析与设计（1个月）：完善功能需求，完成UI设计。
2. 核心功能开发（2-3个月）：任务管理模块与提醒功能。
3. 测试与优化（1个月）：多轮内测与功能调整。
4. 上架与发布（1个月）：完成App Store优化和发布。

