千面——

微表情测试

性格测试

排行榜

续命点广告

完成10次挑战抽奖

目前 GammaLab 能为您提供涵盖开心、愤怒、厌恶、恐惧、伤心、惊讶和面无表情这七大

类情绪，总计 54 种情绪的识别能力。同时支持图片和视频作为输入

能实现：上传图片分析人物表情

**一、市场分析：**

目标用户

现有产品不足

**二、方案：**

1、概述——目标，渠道，技术

2、具体玩法

1. 商业优势

**裂变引流**：趣味测试，且加入排行榜和助力复活机制，社交属性强，快速获客

**消费转化**（如何促进向线下转化）：可以植入广告与轻量级的金融产品，发掘潜在客户，提升转化率。

**再塑性强**：模块化的设计，玩法规则、预期推广产品、广告信息等均可便捷再调整。

**用户信息收集**：手机用户人脸数据与微表情数据。

**用户粘性**：可设置优惠券等绑定类奖品，提升用户留存性。另外根据排行榜数据也可获得潜力用户信息。

1. 后续发展潜力：
2. 可以发展成线上实时闯关PVP玩法，允许多个用户同时答题，一定时间内答对多者获胜并给予奖励。
3. 可以再加入 “性格匹配玩法”，同样是用户通过自拍来匹配性格词条，进一步收集用户信息。当用户性格信息收集到足够多时，可以尝试为性格契合度高的用户提供社交模块，提高用户粘性。
4. 在发展新玩法的同时，将活跃度高的老用户构建线上论坛或社群，方便后续产品进一步推广和消费转化。
5. **金融行业运营迭代思路**
6. **抓住用户零碎的时间，打破金融产品信息壁垒**

许多用户对金融产品（信用卡、基金等）的消费痛点在于**不了解**。用游戏间隔的小广告宣传，有利于消除用户的戒备感，提升对公司产品的潜在消费转化率。

1. **引导进行轻量级的金融产品尝试，让金融产品的新用户能柔软落地**

如引导用户尝试5-10元的基金，几乎无风险。增加用户对我方的金融产品的认知，培养用户消费习惯。许多新用户是不会理财的，我们要一步步教导他们如何理财。

1. **构建信任与认同感，培养潜在用户群**

通过不断的游戏互动、用户测试、奖品发放，建立用户与产品提供方的友好关系与信任感，这在金融行业中，是促进消费转化的一大重要助力。

**具体玩法**

（1）闯关机制

1. 系统随机生成一种情绪描述作为题目，比如“恐惧”，用户模仿该情绪进行自拍。对照片进行微表情分析，如果结果与题目符合，即视为过1关。
2. 关卡数最多50关，随着关卡数的深入，分析结果与题目间的符合要求也会越来越严格。
3. 如果分析结果和题目不符合，即视为失败，没有复活机会则游戏结束。
4. 复活机制
5. 玩家失败后，可以分享链接给好友“求救”，好友点击后，玩家获得一次复活机会，每局仅限一次。（当然链接中是会引导新用户玩此游戏的）
6. 玩家失败后，可以选择观看广告来获得一次复活机会，每局仅限一次。
7. 玩家失败后，可以选择购买小额金融产品获得复活机会（如5元推荐基金，一周后即可提现），每局仅限一次。（视具体公司需求而定）
8. 奖励机制

1、排行榜：玩家可以在页面中看到好友闯关数的排行榜，排行榜前三名会有星标等华丽装饰。

2、闯关抽奖：玩家每通过十关可以积累一次抽奖机会，结束时通过转盘抽奖，奖品设置是与对应金融公司相关的积分、优惠券等产品，也可以是实物产品等。抽奖链接按钮在最终结算界面。

1. 分享机制

1、游戏结束后，结算页面会出现通关数、评价文本和一张闯关过程中自拍的照片，玩家可以把此页面分享给好友或朋友圈，趣味扩散。

**实际操作流程：画一个流程图**

（参考逗表情）

登陆活动页面（微信授权，小程序或H5）——弹出题目——点击“千面”开始自拍——上传照片，分析对比

——合格，进入下一题

——失败，进入复活界面——分享给好友助力复活、观看广告或购买金融小产品（扩散引流或消费转化）

——失败，无复活机会，进入最终结算界面。——感觉有趣，分享链接（裂变引流）

——试试抽奖（潜在消费转化）

**所需要页面：**

1. 开始界面+题目界面（两个选项：排行榜，开始游戏）
2. 自拍界面
3. 通关界面
4. 失败界面+复活选项界面（3个选项）
5. 助力复活界面
6. 广告
7. 抽奖界面
8. 最终结算界面+分享界面（含分享指引按钮和抽奖按钮）