Weuping-唯有拼

——每天都在提高

# 概述

现在不管是年轻人，还是中年人，或者是老年人都使用手机越来越频繁。 每个人都是有梦想的，不管梦想是什么。拿着手机同样有这种需求，手机能够打发空闲时间，同时也能够充分的利用空闲时间。就是一点一滴的空闲时间中不断的学习，才得以让人变的越来越强大。

时代在变，人类学习的方式在变化，学习的时间，地点，空间都在变化。当你拿起手机，寻找着各种热点，头条新闻。打开微博，不断的滑动，寻找着自己最需要的信息。这都是在满足自己求知若渴的心。

也有你会有这种感觉，我如何才能时刻接触行业的前沿，如何才能低成本高效率的学习一门技能，如何才能每天都在学习和进步，如何才能成为一个既有广度又有深度的学者。Weuping可以带你领略一番它存在的意义。

亮点：

1. 功率， 充电量， 供电量
2. 收揽开源文档

# 定位： 用户学习心态

## 用户心态变化分析以及应用立足：

1. 积极乐观

* 特点
* 求知欲望强烈
* 主动获取
* 乐于沉浸在知识的海洋
* 希望能更加便捷的获取到需要的知识（要求比较高）
* 不稳定，喜欢寻找，一旦获取不到满意的答案，容易离开
* 立竿见影的渴望
* 立足应用
* 搜索引擎，文库，学习视频，知乎

1. 消极失落

* 排遣欲望强烈

1. 情感泛滥

* 情感寄托欲望强烈

1. 娱乐消遣

* 注重精神消费

1. 沉闷烦躁

* 极其不稳定，不专注

1. 平静

* 容易接受周边的事物
* 容易专注，一旦找到了兴趣点

1. 追求用户学习的虚荣心， 量化用户的学习知识的广度，深度， 反应用户知识的水桶短板

# 定位：导师分享心态

## 导师分享心里

1. 存在感：享受被人重视
2. 自尊心：享受被人敬重

# weuping产品实现思路

1. 借鉴代码托管平台github的核心思想
2. 均匀搅拌云笔记，论坛，博客，公众号，简书，github，码云

# 产品定位

## 内容

### 内容定位

1. 高营养
2. 高质量
3. 拒绝软文，广告
4. 个人产生内容
5. 组织产生内容

### 内容展现形式

1. 文档
2. 社区
3. 组织

### 内容资源

1. 原创（优先推荐）
2. 收编官方技术文档
3. 收编论文
4. 收编有价值文库
5. 收编网络优质博客
6. 收编公众号有价值文章
7. 收编网络杂志
8. 收编有价值书籍

## 用户角色

1. 文档操作
2. 企业模块
3. 公益组织模块

# 营收来源

## 广告

## 付费内容

## 付费资源

# 系统一期架构以及技术实现方案

# 推广思路

## 公测阶段

## 推广试水阶段

### 选择推广渠道

微博、微信公众号、头条评论、贴吧、qq群

## 推广高峰阶段

## 稳定阶段