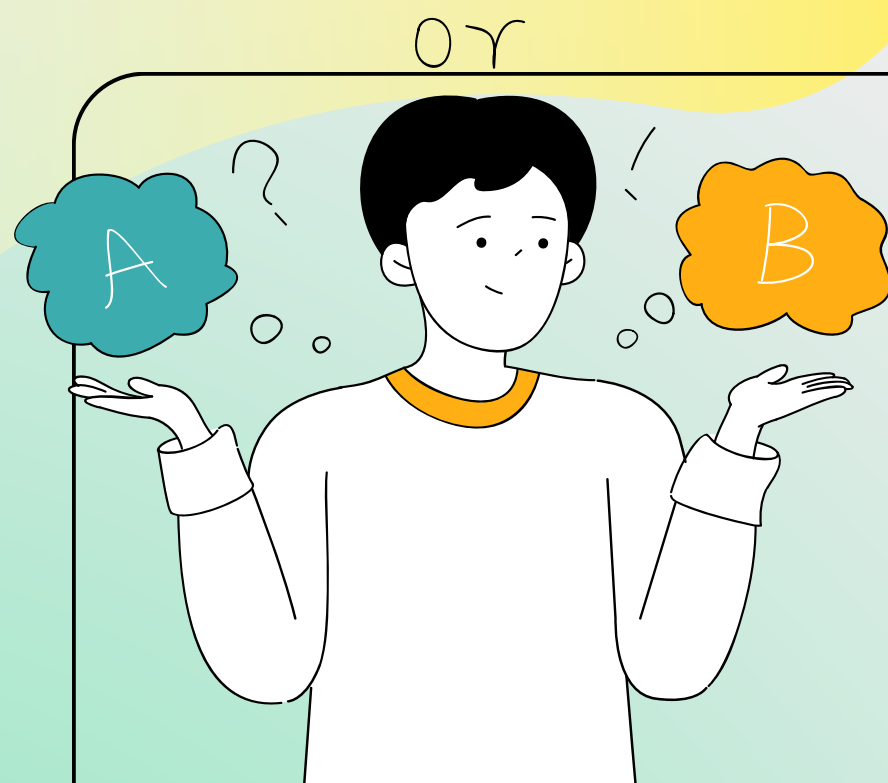




极光

帮选择困难症人群做决定的APP

杨茗婧 武梦如 丁侯心

主要人员

01

杨茗婧（组长）

20级朝鲜语

02

武梦如

20级朝鲜语（法学）

03

丁侯心

20级朝鲜语（商务）



Contents

目录

01 总体概要

02 主营产品与服务

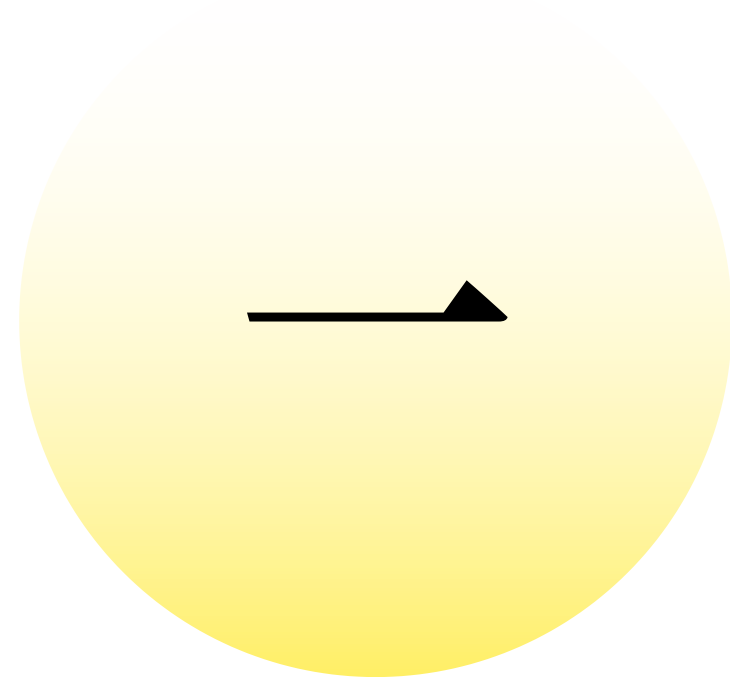
03 市场分析与预测

04 营销渠道

05 风险分析

Contents

+
×
+



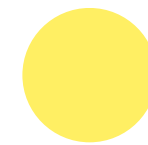
总体概要

项目概要

- **项目名称：极光** “极” → 快速、便捷；
“极光” → 体现平台新奇、个性化的特点
- **技术支持** 大数据及算法分析、用户交互式平台搭建
- **目标客户** 15~34岁的中青年群体网络用户
——对需求没有明确认识/无法短时间内在大量选择中找到符合自己需求的选项
- **创办理念** 基于用户的刚性需求 + 满足个性化 + 一定随机性的推荐服务 = 解决选择困难症



竞争优势



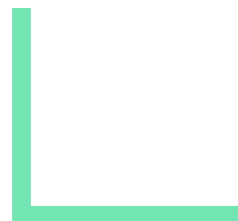
● 探索用户的真实需求

根据用户在做决定时考虑的多种因素，提供丰富的选项，再通过大数据筛选与算法运算帮用户缩小选择范围。



● 一定随机性的推荐服务

帮助用户在根据需求缩小的选择范围里抓取具有一定随机性的推荐结果，保持用户对于结果的新鲜感。



● 推出个性化定制服务

用户可以申请客服一对一，客服将根据用户提供的详细信息提供定制服务，满足个性化需求。



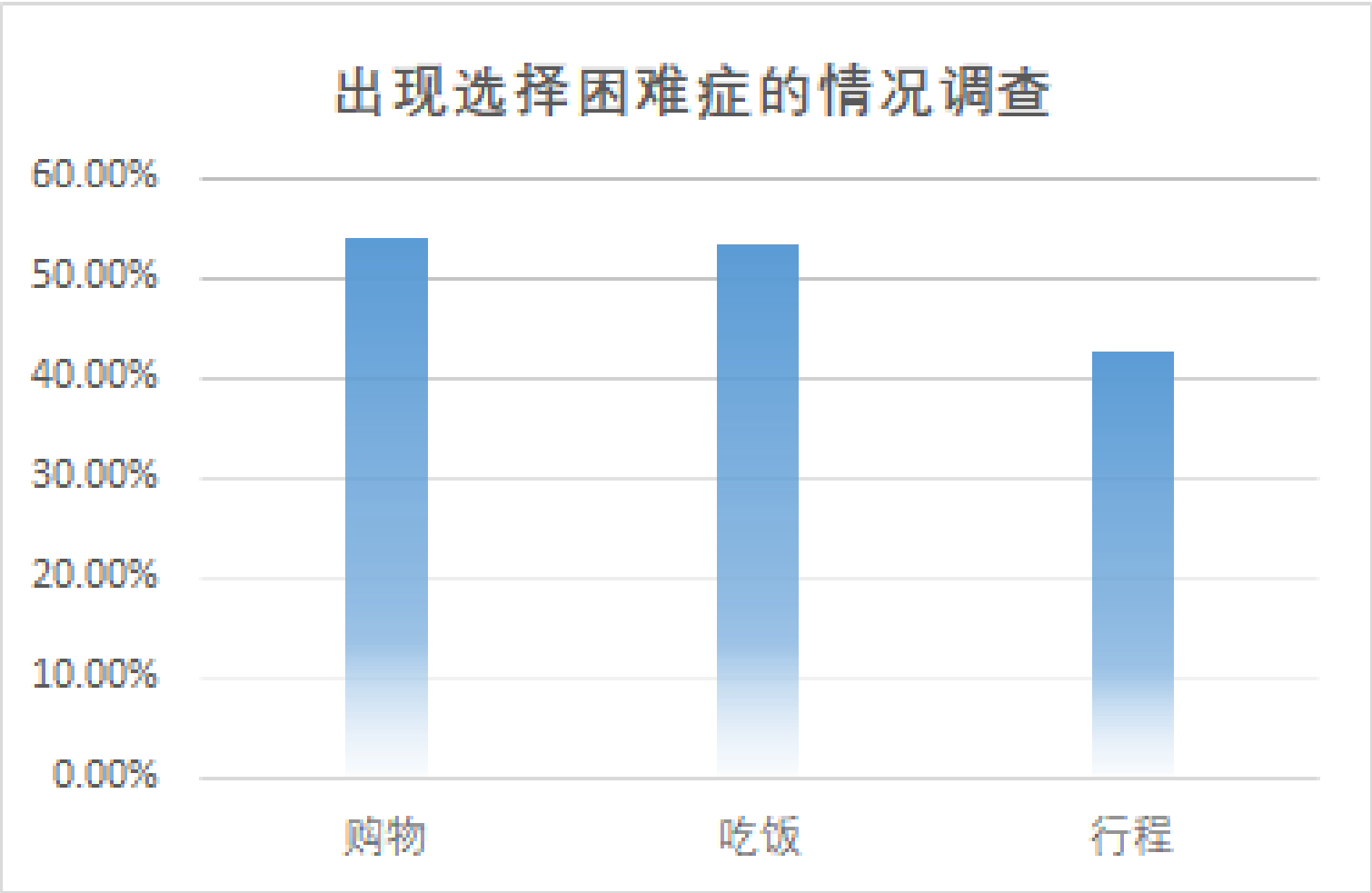
二

主营产品与服务

设计背景



● 你有**选择困难症**吗？



来源：中国青年报社社会调查中心联合问卷网

主营产品与服务



整体服务定位



化简
繁琐的抉择过程

通过筛选
个性化的需求
缩小选择范围

抓取一定
随机性结果
保持用户
对结果的新鲜感

提供更加
便捷愉快的
选择体验



筛选原理

基于问卷调查，在各个单元下筛选出不多于10个有利于满足用户需求，便于辅助选择的偏好问题。

这顿吃什么

用餐人数、风格等

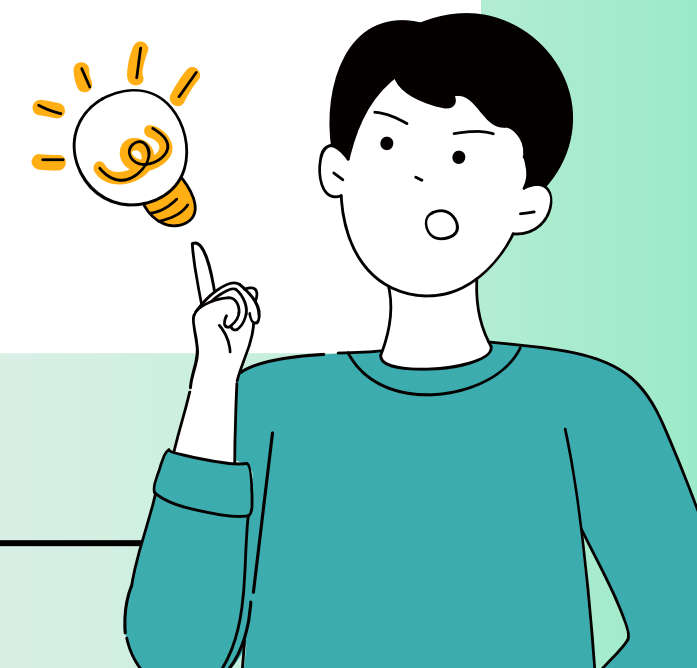
出游玩什么

出游目的、出行体验等

礼物送什么

年龄、类型等

通过对限制性问题的进行选择，系统会在数据库中自动过滤掉不符合用户要求的条目，最终在一定的范围内提供随机推荐服务。



以 " 这顿吃什么? " 为例

这顿吃什么🍲

出行玩什么☀️

送什么礼物📺

极光app

Step 0

选择“极光”，打开主界面

“极光”初步将目光聚焦于人们最头疼的这三个板块，为用户提供独特的选择体验

以 " 这顿吃什么? " 为例



Step 1

偏好需求选择

圆形区域的内容为**偏好限定性条件**

圆形区域的面积初步会根据系统顺序排列；后续将根据用户使用频率调整，形成**个性化界面**

偏好条件下设置**子菜单**，进一步限定选择，缩小选择范围。

以 " 这顿吃什么? " 为例



Step 1

偏好需求选择

偏好条件下设置子菜单，进一步限定选择，缩小选择范围。

为你推荐

火锅

温馨提示：
穿新衣服需谨慎，
可自备除味喷雾哦
(可能留味！)

进入论坛

换一个

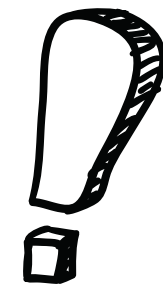
极光app

以 " 这顿吃什么？ " 为例

Step 2

随机推荐

若用户采纳推荐菜式



下滑界面则会显示
与该菜式相关的**温馨提示**

若用户不采纳该意见



点击 "**换一个**"
刷新推荐菜式

辅助功能——温馨提示

每个推荐条目后都会显示相关温馨提示

例：

推荐菜式——“火锅”

💡 穿新衣服需谨慎，可自备除味喷雾哦（可能留味！）

推荐出行项目——“蹦床”

💡 请记得穿运动装，并提前洗脚哦（需要脱鞋！）

推荐礼物——“杯具”

💡 杯子最好注意包装，不要“碎碎平安”！

为你推荐

火锅

温馨提示：
穿新衣服需谨慎，
可自备除味喷雾哦
（可能留味！）

进入论坛

换一个

极光app

辅助功能——用户反馈分享

除温馨提示，下滑还会展示用户的使用反馈，用户可**通过图文分享**自己选择后的使用体验，也可以进行好物/好地推荐。

该板块希望给用户提供更有趣而丰富的**体验感**，同时利用激励模式**提升用户粘性**，且该板块允许盈利用户参与评论反馈，相关商家可以进行**软广投放**。

辅助功能——偏好记忆

当用户在使用某板块的偏好选择时，若本次选择与前30天内偏好选择重合60%以上，则会触发弹窗提示：

“您在前x天做出了类似的偏好选择，请选择是否记忆上次偏好。”

“是”



跳过筛选过程，直接记忆选择，进行随机推荐。



辅助功能——个性化客服

我们还向客户提供**一对一线上客服定制**服务。

家庭聚餐如何安排、情侣约会如何规划、生日惊喜如何准备……

一对一客服将会针对用户的需求**定制计划**，提供更加周到的服务。



三

市场分析与预测

需求分析

- 当代青年人深受选择困难症困扰

84.7%的受访者自称有选择困难症，15.9%的受访者坦言自己的选择困难症很严重。
44.7%感觉选择困难症浪费时间和精力，43.7%坦言选择困难症让自己心情烦躁，
41.2%指出选择困难症让人对自己的生活缺少掌控。

——中国青年报社社会调查中心联合问卷网调查

- 市场中存在的大量选择使人们很难作出决定



需求对策

为了缩减用户选择时间，海量选择中筛选出最符合个人需求的选项，我们将打造一款可以帮助用户在短时间内做出选择的软件。

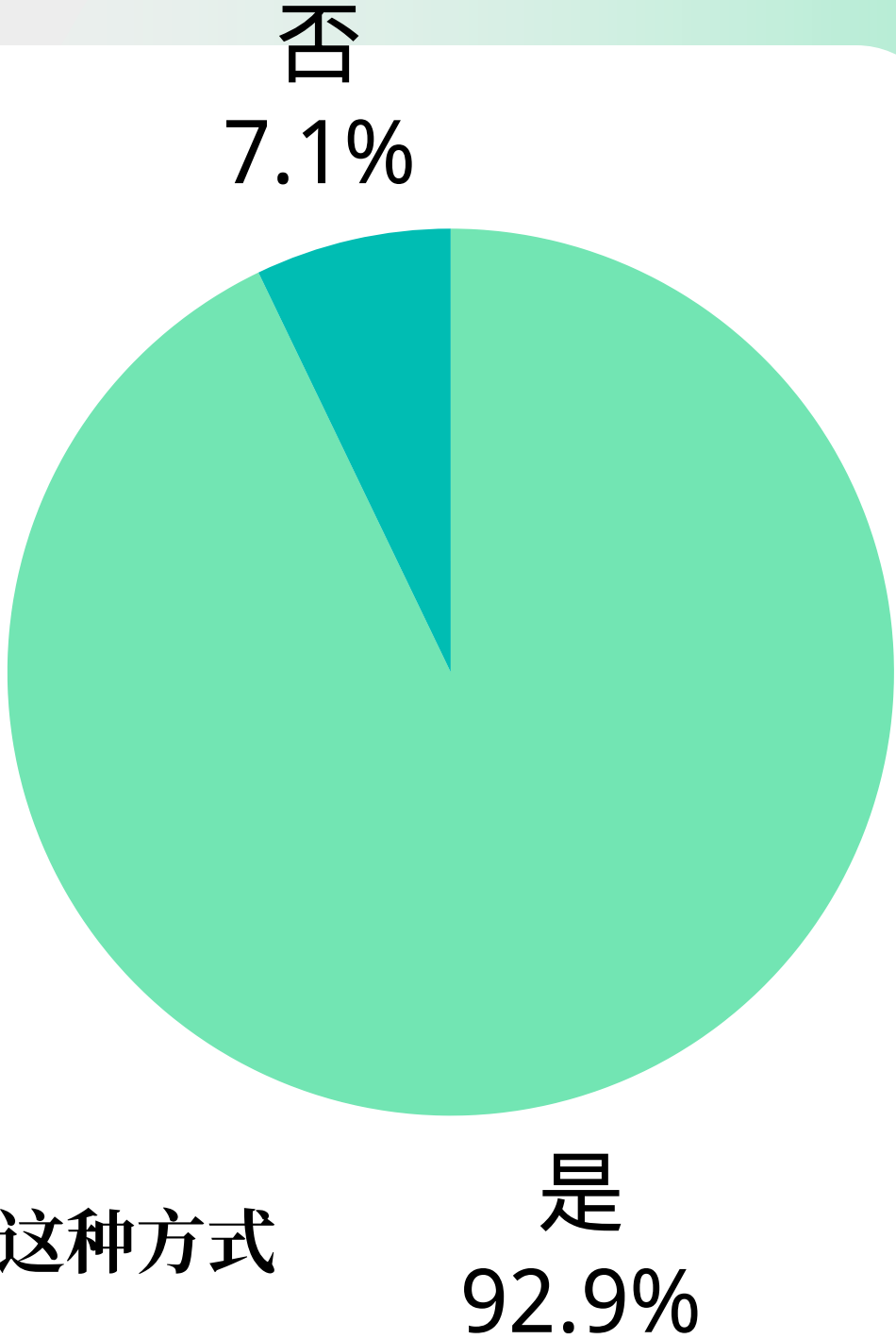
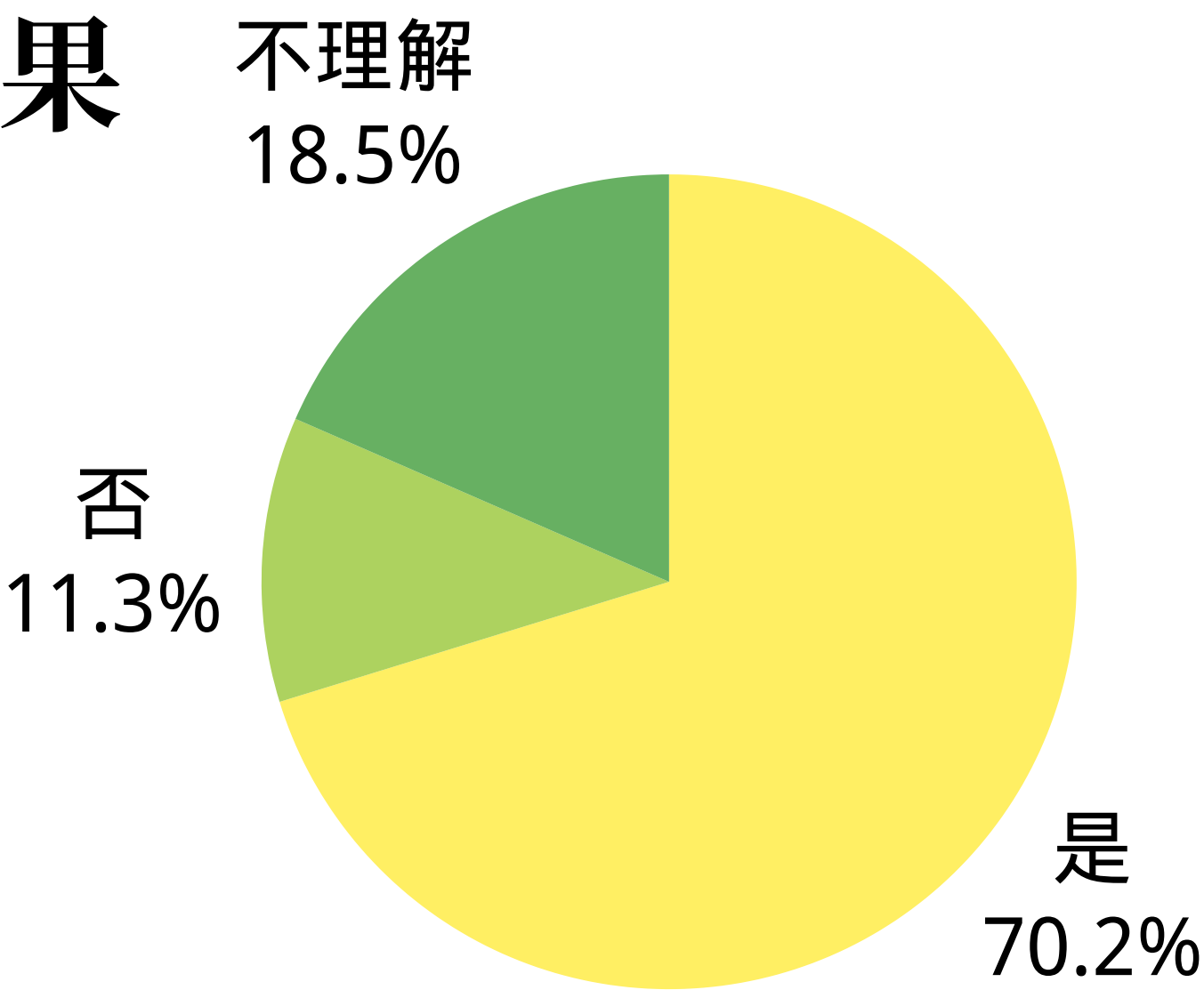
主要致力于解决用户吃什么、出游玩什么、送什么礼物的问题。

市场调查结果

- 针对当下选择困难的主要群体——**大学生**，就是否愿意参考大数据做出的个性化推荐，以及是否认为该推荐可以缓解选择困难症进行问卷调查。
- 本次调查共收集有效问卷**168份**，其数据一定程度上反映出该群体中选择困难症人群对于个性化推荐的认可。



市场调查结果



168份数据中，92.86%的人愿意参考该个性化需求，70.24%的人认为这种方式可以缓解其选择困难症。
由此可以看出，根据个人需求，制定个性化选择是缓解选择困难症的有效方法。

市场预测

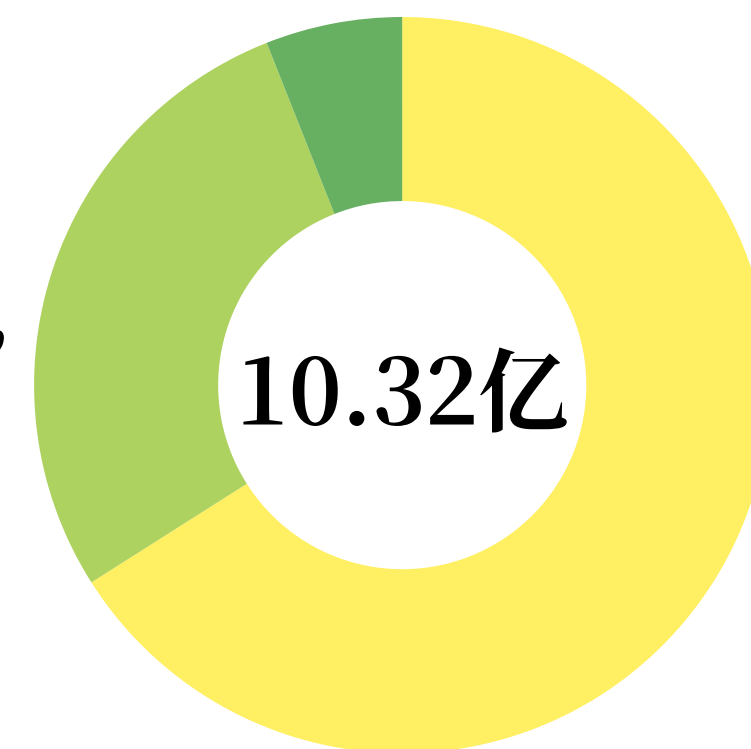
- 目标消费者描述

15~34岁的青年网络用户

——对于自己的需求没有明确认识 or 面对选择无法迅速找到符合需求的选择的中青年群体。

- 市场占有率预测

我国网民规模达10.32亿，而其中青年群体占据网民总数的近三分之一，中国青年群体中有近85%的群体具有选择困难症，因此分析可得，目标用户群体预估人数为2.9亿人。



竞争分析（SWOT分析）

探索用户的真实需求；
一定随机性的推荐服务；
推出个性化定制服务

S

依赖大数据的分析；
需要充分的数据；
需要算法足够精准

W

没有同类的竞争；
软件定位符合市场需求

O

有很多成熟的企业
正在往这个方向发展

T



四

营销策略

营销渠道

平台上架

在各大应用商店和下载平台发布APP信息，拓宽下载的分发渠道。

口碑打造

在百度、谷歌、搜狐等信息平台上建立词条，打造APP知名度。

自媒体推广

在小红书、哔哩哔哩等自媒体平台上与网红等自媒体人或团体合作推广，利用话题热度、影响力等优势，提供更好宣传效果。

论坛推广

在知乎、新浪爱问等问答平台上建立问答，寻找潜在用户群体，发布为用户提供帮助的干货文章，提高APP曝光度。



盈利模式

网络广告盈利

- **非定向广告（与APP服务目的无关）**
通过启动页广告、插屏广告、横幅广告等形式植入合作广告。
- **定向广告（与APP推出服务相关）**
为用户推荐选择结果后可选择进入；
向用户定向提供相关商品或店家信息。

会员制度盈利

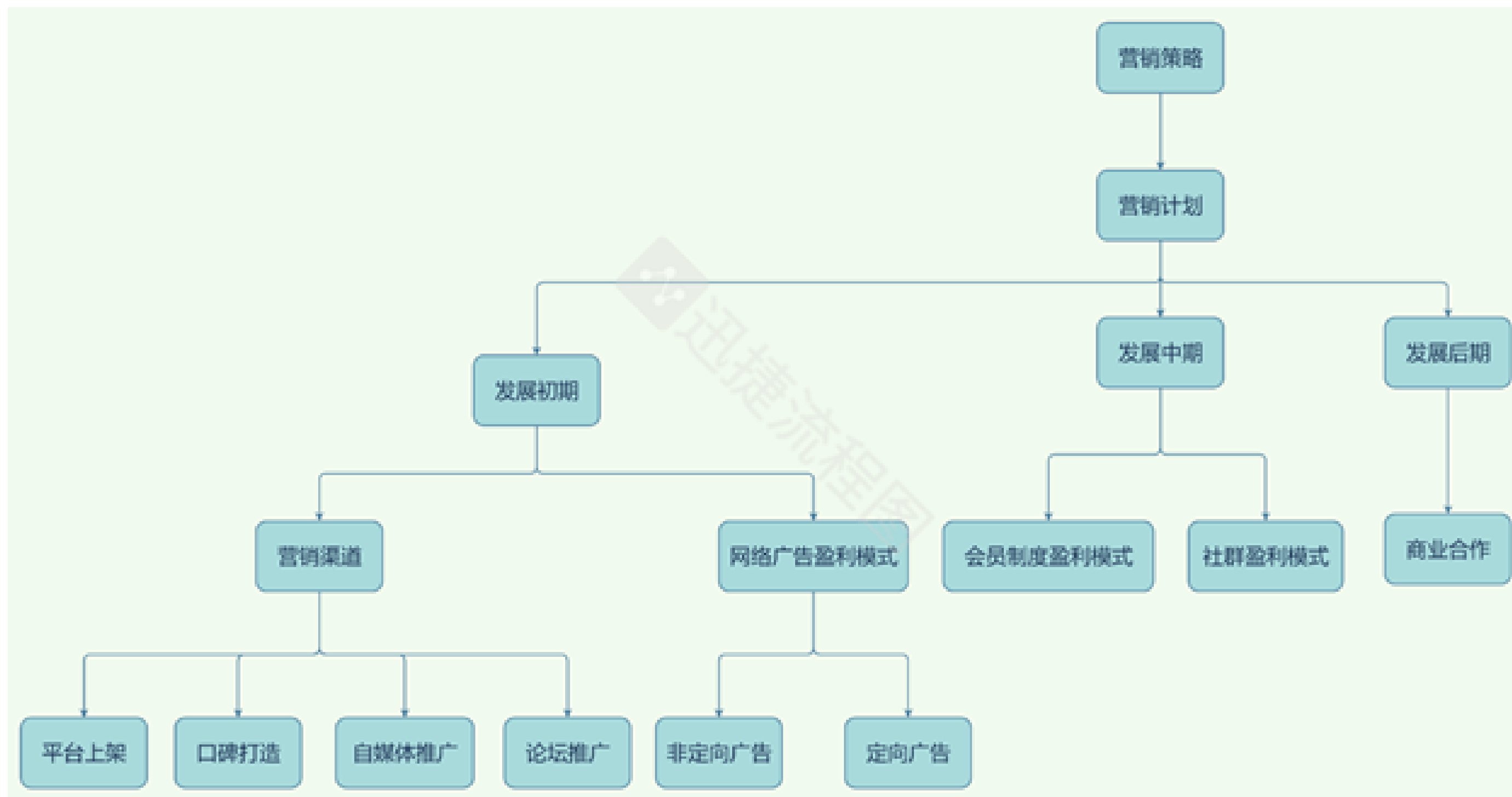
- **基础模式**
基础版本拥有APP的基础功能。
具有简洁的界面设计；非定向广告插入。
- **会员模式**
会员版本为用户提供多种增值服务。
提供定制服务，满足个体的个性化需求；
拥有丰富多样的界面设计；可以屏蔽非定向广告。

社群盈利模式

- APP设置用户反馈板块，允许用户参与评论反馈，条目相关的商家也可以通过用户反馈分享的方式进行广告投放。
- **用户：**利用激励模式提升参与度，建立社群，发展更多用户。
 - **商家：**通过用户反馈分享宣传自身产品，吸引更多用户，同时为APP带来广告收益



营销计划



五

风险分析



风险分析

市场风险

APP开发初期，数据规模较小，预期服务效果难以实现；购物平台市场近饱和，市场竞争较为激烈，预计市场推广速度和用户群体增长速度趋于缓慢。

应对措施

加大市场调研和数据收集方面的投入；
开发不同于市场其他平台的特点，打造自身的竞争优势；
保证服务质量，收集用户反馈，并及时弥补、改进。

财务风险

发展初期，用户流量有限，网络广告盈利模式不能及时提供资金支持。

应对措施

前期可自筹部分资金，减小风险。
主动招募广告商家，保证广告模式正常盈利；
通过合同约定广告商家按期将资金投入。

Thank You

谢 谢

杨茗婧 武梦如 丁侯心