

# “挑战杯” 大学生创业大赛

## 渝習行团队创业计划书



项目名称： 优 Too 职业探索前端咨询平台

项目负责人： \*\*\*\*\*

电 话： \*\*\*\*\*

项目成员： \*\*\*\*\*

专业： 大数据技术与应用

指导教师： \*\*\*\*\*

参赛组别： 社会治理与公共服务

# 目 录

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第一章 执行概要 .....        | 6  |
| 1.1 项目背景.....         | 6  |
| 1.2 项目简介.....         | 7  |
| 第二章 项目概况 .....        | 8  |
| 2.1 项目建立背景 .....      | 8  |
| 2.2 经济效益.....         | 9  |
| 2.3 社会效益.....         | 11 |
| 第三章 环境分析 .....        | 13 |
| 3.1 政策法律环境 .....      | 13 |
| 3.2 市场分析.....         | 14 |
| 3.3 机会与挑战 .....       | 17 |
| 第四章 项目战略 .....        | 19 |
| 4.1 SWOT 分析 .....     | 19 |
| 4.1.2 SWOT 分析总结 ..... | 21 |
| 4.2 项目发展阶段规划.....     | 22 |
| 第五章 市场定位与产品定位.....    | 24 |
| 5.1 市场定位.....         | 24 |
| 5.2 产品定位.....         | 25 |
| 第六章 营销策略 .....        | 26 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 6.1 产品策略.....         | 26 |
| 6.2 品牌策略.....         | 28 |
| 6.3 产品盈利方式 .....      | 29 |
| 第七章 项目管理 .....        | 31 |
| 7.1 项目组织结构.....       | 31 |
| 7.1.1 初期组织架构 .....    | 31 |
| 7.1.2 中后期组织架构及分工..... | 32 |
| 第八章 产品技术 .....        | 34 |
| 8.1 技术概览 .....        | 34 |
| 8.2 项目初期阶段.....       | 36 |
| 第九章 财务分析 .....        | 37 |
| 9.1 前期主要投入资金方向.....   | 37 |
| 9.1.1 技术模块投入.....     | 37 |
| 9.1.2 办公相关投入.....     | 38 |
| 9.1.3 宣传相关投入.....     | 41 |
| 9.1.4 融资方式.....       | 42 |
| 第十章 风险识别与管理对策.....    | 43 |
| 10.1 风险识别与评估.....     | 43 |
| 10.2 风险管理对策.....      | 44 |
| 10.3 风险资本退出方式 .....   | 45 |

## 摘要

项目官网: <https://tzb.xingchencloud.top/>

我们的项目旨在满足学生在教育和就业方面的多元需求，以个性化、技术创新和市场驱动为核心特点。通过实地走访与线上调查问卷重庆几所高中与大学的学生，我们认识到市场存在的需求，为此我们团队开发此项目。提供全面的学科和职业信息，**打破信息闭塞**。通过**个性化规划**，满足用户**多元化的需求**。帮助学生在未来的学业和就业道路上找到**最优的选择**。

自**2024**年起，我们共收集了**926**份调查问卷，经分析得出目前毕业生迷茫程度加深、就业了解不全面主要表现在选科倾向的不明确、专业选择关注的不足、依赖家长和教师提供不全面信息这几个主要的问题，对此我们着手研发“**优 TOO**”改变这一现状。

**教育部**指出：中国教育咨询行业和在线教育行业正朝着**数字化、智能化**方向快速发展，展现出巨大的市场潜力和发展机遇。在这样一个百年未有之大变局下，我们团队通过对用户反馈的**数据深入挖掘、智能分析**，帮助用户获得最准确的发展建议，提供量身定制的学业规划，预测用户学业发展趋势。同时采用**虚拟现实技术**，让用户进行高中到成人阶段的职业体验，打造人才汇聚、个性培养、人才输出的生态闭环，为用户提供个性化的选择、方

向、招聘服务等。

我们的项目是**市场驱动**的，通过深入了解市场需求，我们提供**差异化的服务**，以占据更多市场份额。**市场反馈**将指导我们不断优化和调整策略，以适应不断变化的市场环境。在财务方面，我们采用大胆的初期投入策略。虽然伴随一定风险，但我们通过财务分析和合理的预算规划，确保项目的可持续发展。技术创新不仅提高了服务水平，也对财务效益产生积极影响。

总体而言，我们的项目不仅是一个**教育咨询的择优方案**，更是一个**技术驱动发展的创新项目**。通过**个性化、技术创新**和**市场驱动**的综合战略，我们有信心在竞争激烈的市场中脱颖而出，为学生提供更好的**教育**和**就业**服务。

本项目已结束，公开内容仅供参考。

# 第一章 执行概要

## 1.1 项目背景

信息闭塞问题日益成为制约学生发展的严峻挑战。截至 2023 年，重庆市大部分的学生反映在选择学业方向时遭遇到信息匮乏，而更多的学生由于地理、经济等原因，更加明显地感受到信息闭塞的压力。

数据显示，截至 2023 年底，信息闭塞问题在一些偏远地区尤为显著，约有 2 百万的学生在这些地区感到无法获取到足够的职业规划和学科选择信息。这使得这些地区的学生在职业选择上面临更大的局限，有许多优秀的潜力因为信息闭塞而未能得到充分发展。

在高中阶段，超过 70% 的学生表示对未来的学科和职业方向感到迷茫，信息不足对学生职业规划产生了深远影响。同时，截至 2023 年底，全市范围内就业市场对不同专业的需求差异明显，但有约 40% 的学生选择了与就业市场需求不匹配的专业。

为了解决这一问题，我们启动了这个项目，以科技手段打破信息壁垒，为学生提供更全面、个性化的人生轨迹规划服务。根据个人兴趣、能力和价值观，我们的 App 将为每位学生制定一份定制化的学业规划建议。数据显示，超过 95% 的学生表示有需求获取更多关于学科、职业的信息，有 85% 以上的学生表示愿意接

受个性化的学业规划服务。

通过整合教育、职业等多维度的数据，预计截至 2025 年底项目初期完成，我们的 App 将为用户提供更丰富、深入的信息。我们的目标是通过提供这一创新的人生轨迹规划工具，解决信息闭塞问题，为每一位学生找到最符合自己的选择，释放个体潜力。我们相信，这不仅有益于学生个体的发展，也为社会培养更具创造力和适应力的人才提供了有力支持。这个项目旨在满足学生对于个性化教育服务的需求，同时也符合社会对更智能、个性化教育的迫切期待。

## 1.2 项目简介

“优 Too”是一款致力于解决学业和就业信息闭塞问题的项目。在中国，学生们往往在选择学业和就业方向时面临信息匮乏的挑战，这在一些偏远地区尤为明显，导致了許多优秀的潜力未能得到充分发展。

通过“优 Too”，我们为用户提供了一个全面、个性化的人生规划平台。实时响应国家政策，不仅关注学业方向的选择，我们还提供涵盖就业规划的一站式解决方案。

“优 Too”利用教育、职业等多维度数据，为用户提供更加丰富、深入的信息。我们旨在通过这一创新工具，解决信息闭塞问题，为每一位用户找到最优的学业和就业之路，释放个体潜力。

“优 Too”将助力你打造一个更加智慧、个性化的未来！选择“优 Too”，为你的人生点亮明智之路。

## 第二章 项目概况

### 2.1 项目建立背景

在当今社会，学生们在选择自己的学业和职业方向时往往面临诸多挑战。信息闭塞导致了学生在做出决策时缺乏全面的了解，尤其是在一些偏远地区，这一问题更为显著。针对这一挑战，我们着手创建“优 Too”项目，旨在通过科技手段提供全方位、个性化的人生轨迹规划服务。

#### 1. 核心问题：

**信息闭塞困扰：** 学生在学科和职业选择时缺乏全面的信息，面临信息闭塞的问题，尤其在偏远地区。

**个性化规划需求：** 学生对于个性化的学业和职业规划需求日益增加，传统的通用性规划无法满足多元化的需求。

#### 2. 解决方案：

通过“优 Too”我们致力于解决上述核心问题，提供以下功能：

**用户信息收集与分析：** 收集用户个人信息，兴趣爱好，学科喜好等多维度数据，利用智能算法进行个性化分析。

**学科与职业数据库：** 建立庞大的学科和职业数据库，提供详细信息，包括发展前景、薪资水平等。

**智能算法与推荐系统：** 运用智能算法和推荐系统，为用户提供个性化的学业和职业规划建议。

**信息可视化与用户界面设计：** 设计直观、用户友好的界面，以图表、数据可视化等形式展示个性化规划结果。

### **3.项目目标：**

提供全面的学科和职业信息，打破信息闭塞。

通过个性化规划，满足用户多元化的需求。

帮助学生在未来的学业和就业道路上找到最优的选择。

“优 Too”项目将借助科技手段，以用户为中心，为解决学生在学业和职业规划上的难题而努力。通过这一项目，我们期望帮助每位用户在人生旅途中择优而行，实现更加明智、个性化的发展。

## **2.2 经济效益**

“优 Too”项目将通过学生咨询服务为用户提供个性化的学业和就业规划，同时为培训机构和就业公司提供有针对性的广告推广机会。以下是我们的推广方案：

### **1.服务优势：**

**个性化规划：** 利用智能算法，为学生提供个性化的学业和就业规划，提高用户粘性。

**广告定向投放：** 根据用户个性化分析结果，实现广告的精准定向投放，提高广告转化率。

**培训机构合作：** 与优质培训机构建立合作关系，推荐合适的培训方式给学生，实现互惠共赢。

**就业公司合作：** 为学生提供就业公司推荐，加强与就业公司的战略合作，促进学生就业成功。

## **2.广告合作方案：**

**广告位提供：** 在“优 Too”平台上设立专门的广告位，供培训机构和就业公司展示广告内容。

**广告定制服务：** 提供个性化广告定制服务，根据广告主的需求，制定针对性的广告推广方案。

**推荐机制：** 利用智能推荐机制，将广告内容与学生个性化规划结果相匹配，提高广告的点击率。

**数据分析报告：** 提供广告效果的数据分析报告，帮助广告主了解广告投放效果，进行调整和优化。

## **3. 合作机会：**

**培训机构：** 通过在“优 Too”平台上投放广告，吸引有潜力的学生选择合适的培训课程。

**就业公司：** 与就业公司合作，通过广告推广提高公司知名度，同时获取更多优秀的求职者。

**广告投放周期：** 灵活的广告投放周期，根据合作双方的需求，实现定期或季度性的广告合作。

## 2.3 社会效益

“优 Too” 通过提供平等获取学业和就业信息的机会，积极促进了教育公平。在传统的信息闭塞环境中，许多学生因地域或社会背景的限制而难以获取到符合其个人潜力的学业和就业信息。项目的个性化规划服务为学生打破了这一限制，使他们能够更公平地参与到教育和职业的选择中。通过这一举措，项目为社会创造了更加公正和均等的教育机会，推动了教育的普惠性发展。

其次，项目致力于人才培养，通过个性化规划服务，帮助学生发现和发展自身的潜力。这有助于培养更具创造力和适应力的人才，为社会的发展提供了坚实的人才基础。通过个性化的职业发展引导，学生能更清晰地了解自己的兴趣和优势，有助于提高职业选择的准确性，减少职业错配，推动劳动力资源的更有效利用。项目的人才培养使个体更好地适应社会的多样性和变化，为社会的可持续发展培养了更具活力的力量。

项目着眼于提高就业成功率，通过与就业公司的深度合作，为学生提供更精准的就业信息和推荐，有助于提高学生的就业成功率。这不仅使学生能更顺利地融入社会，也有助于减少摩擦性失业，提高整体社会就业水平。项目的就业成功率提升为社会注入了更多的劳动力资源，促进了社会的稳定与繁荣。

此外，项目通过提供个性化的学业和就业规划，帮助减轻学

生在人生重要选择时的焦虑和压力。在社会压力逐渐增大的今天，为个体提供了更全面的支持，助力他们更好地应对个人成长中的各种挑战。

“优 Too”项目通过教育公平、人才培养、就业成功率提升和心理健康关怀等多方面的努力，为社会带来了全面的正面效益。这些努力不仅体现在个体层面，更在于对整个社会结构的积极塑造，为社会的繁荣、公平和可持续发展贡献了力量。

本项目已结束，公开内容仅供参考，未经许可禁止转载

## 第三章 环境分析

### 3.1 政策法律环境

在现行情况下，本项目有着较好的政策支持，“优 Too”项目致力于帮助大学生根据个人情况选择最优的学业和就业路径。在政策法律环境方面，以下是与“优 Too”项目相关的法规和政策：

资料来源：

中国在线教育政策 2023

**高等教育学科专业调整优化改革方案：**提出到 2025 年优化调整高校 20%左右学科专业布点，新设一批适应新技术、新产业、新业态、新模式的学科专业，淘汰不适应经济社会发展的学科专业。

**职业教育体系建设改革：**《教育部办公厅关于加快推进现代职业教育体系建设改革重点任务的通知》明确了 11 项重点任务，包括打造市域产教联合体、打造行业产教融合共同体、建设开放型区域产教融合实践中心等。

**教育数字化推进：**教育部强调了纵深推进教育数字化战略行动，重点做好大数据中心建设、数据充分赋能、有效公共服务、

扩大国际合作等。此外，还颁布了《信息技术产品国家通用语言文字使用管理规定》，公布了 2022 年职业教育国家在线精品课程名单，并启动了国家智慧教育平台 2023 年“寒假教师研修”专题。

中小學生科學素質提升：《關於加強新時代中小學科學教育工作的意見》要求改進學校教學與服務，修訂完善課程標準及教材，強化實驗教學，並廣泛組織中小學生前往科學教育場所進行科學實踐活動。

以上政策反映了中國在线教育領域在監管、專業調整、職業教育、數字化推進、及科學素質提升等方面的发展趋势。這些政策對於即將步入大學的高中生和即將就業的大學生來說，可能會影響到他們的教育選擇、職業規劃以及技能提升等方面。因此，在线教育諮詢平台在制定市場策略時，考慮這些政策的影響，並據此調整服務內容和方向。

### 3.2 市場分析

資料來源：

刀豆文庫--大學生畢業就業調查現狀報告

渝習行團隊線上調查問卷收集

高中階段：

生涯規劃的重要性認知不足：在西安市臨潼區華清中學的調

查中，61%的学生认为高中生生涯规划非常重要，34.7%的学生认为比较重要。这表明虽然大多数高中生认识到生涯规划的重要性，但仍有一部分学生对此缺乏足够的认识。

**自我认知和兴趣探索的不足：**调查发现，虽然84%以上的学生对自己的性格特点有一定了解，但仅有50%的学生对自己的兴趣特长与未来大学、专业、职业之间的关系有比较清晰的认识。这说明高中生在自我探索方面还有提升空间。

**大学和专业的选择迷茫：**数据显示，73%左右的学生对选择大学本科专业方向已有一定的了解和思考，但仍有相当一部分学生在选择大学和专业时感到迷茫，不知道如何根据自己的兴趣和能力做出合适的选择。

**目标制定和行动计划的不明确：**约63.7%的学生有明确的目标，60.3%的学生有行动计划。这表明虽然有一部分学生在目标设定和执行计划方面表现积极，但还有一部分学生需要在这方面加强。

**生涯规划教育的需求：**大部分高中阶段职业规划教育的缺失和指导的匮乏导致许多高中生职业规划意识淡薄，缺乏学习动力和生涯决策能力。因此，对高中生进行更有效的未来生涯规划教育是非常必要的。

## **大学毕业阶段：**

**就业目标不明确：**调查显示，约78%的大学生就业目标不明

确，处于迷茫状态，不知道适合自己的工作是什么，导致求职成功率低。

**毕业生人数增长迅速：**近年来，随着高等教育的普及，大学毕业生人数持续增长。例如，2023 年中国高校的应届毕业生人数达到了 1158 万人，相比之前的年份有了显著增长。这种快速增长导致了就业市场上劳动力的供给过剩。

**就业市场供需不平衡：**尽管毕业生人数在增加，但就业市场的需求并没有同步增长。特别是在某些行业，如 IT/互联网/游戏、房地产/建筑行业，新发应届生职位的比例较前一年有所下降。这表明在某些领域，就业机会实际上在减少。

**经济环境的影响：**经济环境的波动也会影响大学生的就业机会。例如，全球性的经济衰退或特定行业的不景气都可能减少企业的招聘需求。

**高失业率：**青年失业率的上升也是一个重要的指标。例如，2023 年 4 月，中国 16-24 岁青年的失业率达到了 20.4%，这反映了年轻人在就业市场上面临的挑战。

**求职难度的增加：**有数据显示，2022 年秋季招聘中，有 45% 的应届生收到的录用通知数量为 0，而 2021 年这一比例仅为 13%。这表明大学生在求职过程中面临的竞争加剧，找到合适工作的难度在增加。

根据文献调查，我们可以得出以下结论：从高中阶段到大学

阶段，学生在生涯规划方面面临着不同的挑战和需求。高中生普遍认识到生涯规划的重要性，但在自我认知、兴趣探索、大学和专业选择以及目标制定和行动计划方面存在不足，需要更多的指导和支持。

而大学生毕业求职，数据揭示了大学生在毕业求职过程中面临的一系列挑战，包括就业目标不明确而大学生在毕业求职过程中面临就业目标不明确、就业市场竞争加剧、经济环境影响以及高失业率等挑战。因此，提供有效的生涯规划教育和就业指导，以满足不同阶段学生的发展需求，是至关重要的。

### 3.3 机会与挑战

#### 机会：

1. **政策支持**：政府对于教育的重视和投入，以及推出的各项教育政策，为教育行业的发展提供了政策支持。
2. **市场需求增长**：随着教育理念的更新和家长对教育的重视，对于个性化、高质量的教育资源和服务需求不断增长。
3. **技术发展**：信息技术的快速发展为在线教育、智能教育等提供了新的发展机会。
4. **民办教育的发展**：民办教育在整个教育体系中的比重不断上升，为民间资本投入教育行业提供了机会。

#### 挑战：

**1.资源分配不均：**城市与农村、不同地区之间的教育资源分配存在差异，这对团队能力提出了挑战。

**2.市场竞争激烈：**教育市场的竞争日益激烈，如何在竞争中脱颖而出，提供优质的教育服务，是每个教育机构需要面对的挑战。

根据艾媒咨询的报告，报告中提到了一些典型的在线教育企业案例，如柚子鸭、学而思网校、猿辅导、掌门 1 对 1、中公教育、VIPKID 和编程猫等。行业趋势方面，智能教育硬件的开发、市场下沉至三四线城市。

**3.政策调整带来的不确定性：**政策的调整可能会对教育市场产生影响，教育机构需要及时应对政策变化，调整自己的业务策略。

本项目已结束，公开内容仅供参

## 第四章 项目战略

### 4.1 SWOT 分析

#### 4.1.1 外部分析

##### 内部优势 (Strengths) :

1. **个性化规划：** 通过分析大量用户数据，我们能够为每个学生提供定制的学业和就业规划，这不仅提高了用户体验，也创造了更多的个性化服务机会。
2. **技术创新：** 借助人工智能和大数据分析，我们的项目能够实现高效的数据处理和智能化推荐，提供更精准的学业和就业建议，使用户从中受益匪浅。
3. **合作伙伴关系：** 我们已经与多家知名学校、培训机构和企业建立了战略合作伙伴关系，确保我们的项目在多个领域都能提供全面的支持和资源。
4. **用户体验：** 设计团队致力于创建直观、用户友好的界面，以确保用户能够轻松使用我们的平台，享受到更高水平的服

务。

### 内部劣势 (Weaknesses) :

1. **初期知名度:** 尽管我们的服务质量卓越,但在初期阶段,我们可能面临知名度不足的挑战。因此,我们需要加强市场推广,提升品牌影响力。
2. **团队方面:** 创始者缺乏实际经验,缺少社会阅历,在团队管理方面还不稳定完善
3. **技术依赖:** 我们的项目依赖于一些技术,技术的变革可能对项目的稳定性产生影响。我们需要保持对技术趋势的敏感性,并及时做好升级和适应。技术的研发存在着多种问题需要攻破,如:用户的实际情况都不同无法从已知的库存中给出更多答案。
4. **资金限制:** 初期资金限制可能限制了市场推广、技术升级等方面的发展。我们需要寻求额外的资金支持,以保证项目的持续发展。

### 外部机会 (Opportunities) :

1. **市场需求:** 经过对重庆市江津区的几所高中与大学进行调查问卷,我们发现即将毕业的大学生中有 72%尚未确定自己的就业方向,同时有 70%的学生还未明确自己的学业道路。随着教育和就业市场的不断扩大,我们深刻认识到市场对于个性化教育和职业规划服务的迫切需求。通过提供差异化的

服务，我们有望满足这一巨大市场需求，并进一步扩大我们的市场份额。

2. **技术创新：** 利用新兴技术，如虚拟现实、人工智能等，不断改进我们的项目，提供更先进、更智能的服务，赢得用户的更多好评和认可。
3. **合作伙伴拓展：** 进一步拓展与学校、培训机构和企业的合作伙伴关系，以拓宽服务领域，提高项目的全面性。

#### **外部威胁 (Threats) :**

1. **竞争压力：** 市场上存在多家竞争对手，我们需要密切关注他们的动向，制定差异化策略，确保我们在竞争中保持优势。
2. **法规变化：** 教育和就业市场可能受到法规和政策的变化影响，我们需要密切关注相关法规的更新，确保我们的项目合法合规。

#### **4.1.2 SWOT 分析总结**

**优势方面：** 项目的个性化规划能够满足学生多样化的需求，技术创新提升了服务的智能化和效率，合作伙伴关系为项目提供了广泛的资源支持，而用户体验的优化则增强了用户的满意度和忠诚度。

**劣势和威胁方面：** 虽然项目面临初期知名度不足、团队经验不足、技术依赖和资金限制等问题，但这也为项目提供

了改进和发展的空间。例如，通过加强市场推广、提升团队管理能力、关注技术发展趋势以及寻求外部资金支持，项目可以有效应对这些挑战。

机会方面，市场需求的增长、技术创新的应用和合作伙伴关系的拓展为项目提供了广阔的发展前景。通过抓住这些机会，项目有望取得更大的成功，并为学生提供更加优质的教育和职业规划服务。

## 4.2 项目发展阶段规划

### 4.2.1 初创期发展战略

- 1. 财务方面：**积极外部融资，投资技术升级以及销售平台搭建；加强资金管理，降低财务风险，协调财务关系，控制生产成本。
- 2. 研发战略：**成立研发小组，加大对于系统的创新性，进行有针对性、个性化的系统研发，满足用户的个性化需求。
- 3. 市场营销：**建立营销团队，积极采集用户体验数据，利用互联网、电商、直播等方式迅速传播影响度。

### 4.2.2 中期发展规划

- 1. 财务、市场方面：**加强吸金能力，合理运用资金，保持资金的流动性，加强项目财务控制，成为部分地区教育咨询的主导企

业。

**2. 研发战略：**在原有产品的基础上升级换代，完善产品体系；优化生产体系，保证产品质量；提高系统技术水平，降低技术成本。

**3. 市场营销：**注重项目的品牌建设，打造独特的品牌特色，进行口碑营销；注重提高项目在行业内与社会上的影响力；不断拓展销售渠道，扩大市场占有率。

我们旨在解决用户在教育和就业方面的信息闭塞问题，通过提供全面的学科和职业信息，以及个性化的规划服务，帮助学生找到最适合自己的学业和职业发展方向。

我们的愿景是将项目演进为一款基于新兴技术的在线咨询软件，为用户提供全方位的服务。通过这些策略，在竞争激烈的市场中脱颖而出，为用户提供更好的教育和就业服务，推动教育公平和社会发展。

## 第五章 市场定位与产品定位

### 5.1 市场定位

“优 Too” 专注于教育和就业咨询领域，为学生和提供个性化的学业和就业规划服务。

**差异化优势：** 我们以个性化服务为核心，利用数据分析和智能算法为用户提供定制的学业和就业规划。全面覆盖学业规划、技能培训、就业咨询等多个方面，并建立紧密的合作伙伴网络，确保提供一站式服务，赋予用户更多的成就机会。

**服务对象：** “优 Too” 的服务对象主要包括在校大学生、即将步入大学的高中生以及即将毕业的大学生。我们通过个性化的学业规划，助力学生选择适合自己的专业和未来职业方向，同时为提供定制化的职业发展规划和技能培训，帮助他们更好地适应社会挑战。

## 5.2 产品定位

让“优 Too”追求成为用户个性化学业和职业规划的首选平台，借助技术和全面服务内容，为大学生和即将步入大学的高中生提供定制、关心入微的规划与培训。我们的个性化服务强调根据用户独特情况进行精准规划，确保每位用户得到最适合自己的学业和职业发展建议。

本项目已结束，公开内容仅供参考，未经许可禁止商用

## 第六章 营销策略

### 6.1 产品策略

市场营销策略是企业以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动，通过相互协调一致的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，为顾客提供满意的商品和服务而实现企业目标的过程。当今社会，由于信息科学技术高速发展，消费方式发生巨大的变化，现代市场行情变得更为错综复杂，市场竞争异常激烈。企业要想成功进入、占领、巩固和扩展市场，采用正确的营销策略显得尤为重要。基于我们对市场的深入分析，制定了一下四点：

#### **建立专业直销团队：**

通过分批在全市重点区域(已江津区为起点)、按照业务种类分

别搭建专业小组，快速占领市场份额。

其中，教育重点布局国内一线城市，这类城市基础教育理念领先，接受新鲜事物能力很强，教育投入度也很高，可以作为前期试点建设的重点区域。

在线教育主要瞄准二三类高校和高职院校，这些高校的教育资源相对比较匮乏，是在线教育非常适合的用户群体，可以很大程度上缓解教学资源不平衡带来的学生学习资源匮乏的问题。

因此，针对不同业务搭建不同种类的直销团队，既可以覆盖同一地区范围的不同业务的拓展，也可以进行精准目标客群的获取，非常重要。

### **线上市场运营：**

随着线上付费教育模式逐渐被用户接受，我们会持续增大线上用户渗透力量，通过专业自媒体渠道、专业门户网站、微博微信大V等进行软文推广，通过薄利多销的方式快速圈住更多用户，在原有业务上持续渗透。

### **高校渠道搭建：**

通过在多个高校发展校园大使，专门针对学生群体，线下推

广课程和竞赛业务，形成持续用户源。通过渠道管理的方式，设计一套专门针对学生渠道管理的机制和激励制度，利用学生力量扩散业务影响范围和影响力度。

### **权威品牌建设：**

为了进一步树立公司在咨询方面的品牌知名度和专业知名度，公司会组织团队和研发团队一起，开发对应计划、参与制定行业标准、汇聚海量数据，自顶向下进行专业品牌建设。窗体顶端

## **6.2 品牌策略**

- 1. 初期品牌建设：** 在初期，我们将注重打造清晰、鲜明的品牌形象，包括 Logo 设计、品牌颜色和标语。通过这些元素传达我们关注用户个性化规划的承诺。
- 2. 用户教育宣传：** 强调品牌的教育属性，通过线上平台、社交媒体等渠道，向用户传递我们对于个性化规划的专业性和关注度。
- 3. 学校合作推广：** 与高校建立合作关系，借助学校官方资源，推广我们的品牌。通过学校渠道传递品牌理念，提高品牌知名度。

4. **中期差异化服务强化品牌：** 在中期，通过推出差异化服务和高级个性化规划，强化品牌在个性化领域的专业形象，提高品牌忠诚度。
5. **口碑营销：** 通过鼓励用户分享好评和推荐，形成良好的口碑。积极回应用户反馈，建立开放、透明的品牌形象。
6. **社会责任传播：** 强调品牌的社会责任感，通过公益活动、环保倡议等方式，传递我们关心社会、服务社会的品牌理念。
7. **成熟期品牌升级：** 在成熟期，进行品牌升级，可能包括 Logo 更新、广告形象提升等，以确保品牌始终保持与时俱进的形象。
8. **战略合作共建品牌：** 与行业领军企业进行战略合作，通过共同推广，形成品牌联盟，提高品牌在行业内的认知度。

通过以上品牌策略，我们旨在打造一个在用户心中具有专业、关心、创新形象的品牌，提高用户对我们服务的信任和认可。

## 6.3 产品盈利方式

### 1. 软件服务费：

提供在线学习平台，向学校、培训机构等收取月、季度或年度的软件服务费用。提供高级功能或增值服务，收取额外费用。

## 2. 广告模式：

在平台上展示相关广告，向广告商按点击次数或曝光次数收取广告费用。

吸引企业合作进行品牌广告推广，获取合作费用。

## 3. 收取佣金：

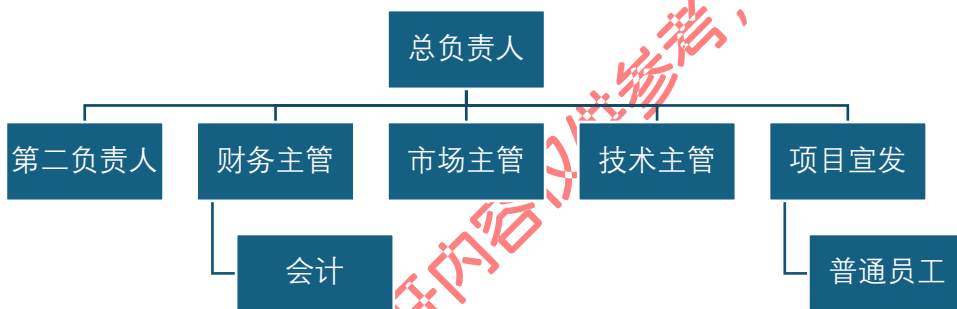
邀请教育机构入驻平台，为其提供在线课程和资料，从进驻机构的收入中收取一定比例的佣金。

本项目已结束，公开内容仅供参考，未经许可禁止转载使用！

## 第七章 项目管理

### 7.1 项目组织结构

#### 7.1.1 初期组织架构



由于项目建立初期,人员有限,为了实现管理效能的最大化,实行总经理责任制。总负责人负责项目决策及经营管理;项目管理机构高层人员由创业团队组成,负责项目的日常管理。

#### 技术研发团队:

技术负责人: 负责技术研发方向和产品开发。

开发团队：包括前端和后端开发，共同致力于产品研发和优化。

### **市场运营团队：**

市场运营负责人：负责市场调研、制定运营目标和营销计划。

运营团队：包括市场推广、用户反馈收集等职能。

### **售后与宣发服务团队：**

售后服务负责人：负责售后服务流程和用户体验管理。

服务团队：积极与用户沟通，改进服务质量。

### **财务与行政团队：**

财务负责人：负责财务管理和预算。

行政团队：处理项目行政事务和协助财务管理。

在初创团队中，扁平化管理有助于迅速决策和高效协作。每个团队的负责人直接向总经理报告，减少层级，提高沟通效率。

## **7.1.2 中后期组织架构及分工**

随着项目用户数量的增加，用户需求可能会发生变化。数据分析团队可以帮助了解用户行为和需求，为产品优化提供支持。

中后期可能还需要考虑以下方面：

**科技研发团队优化：**引入新技术、工具和方法，优化研发流程，确保项目技术的领先性。

**项目运营与数据分析升级：**加强对用户行为和市场趋势的深度分析，以更好地指导产品优化和决策制定。

**社区管理团队：**如有社交互动或用户社区，建立专业的社区管理团队，促进用户之间的互动与合作。

**创新孵化团队：**鼓励和支持内部创新，设立专门的团队负责孵化新点子和项目。

**战略合作与并购团队：**考虑与其他企业的战略合作或并购，推动项目在行业中的整合和扩张。

**教育培训团队：**如项目涉及教育领域，建立培训团队，支持用户培训和技能提升。这些方面的考虑可以根据项目的具体情况进行调整，确保团队结构和职能的不断优化和适应项目的发展需要。

总体而言，这些需求的增加是为了更好地应对项目发展中的多样化挑战，并确保项目能够持续创新和适应市场变化。

## 第八章 产品技术

### 8.1 技术概览

在项目的前期，我们选择采用了一系列的技术来实现软件的设计与功能实现。我们的技术栈包括 Electron、Node.js 以及 Flutter UI。以下是我们的技术实施方案的详细解释：

**Electron：** 我们选择使用 Electron 作为软件的桌面应用程序框架。Electron 是由 GitHub 开发的开源框架，它允许使用 Web 技术 (HTML、CSS、JavaScript) 构建跨平台的桌面应用程序。通过 Electron，我们可以实现在不同操作系统上一致的用户界面和功能。

**Node.js：** 作为后端的运行环境，我们选用了 Node.js。Node.js 是建立在 Chrome's V8 引擎之上的 JavaScript 运行时，可用于构建高性能的网络应用程序。Node.js 的非阻塞 I/O 和事

件驱动的特性使得我们可以高效地处理大量并发请求，为软件的稳定性和性能提供了有力支持。

**Flutter UI：**为了实现跨平台的精美用户界面，我们引入了Flutter 框架。Flutter 是 Google 开发的 UI 工具包，能够快速在 iOS 和 Android 等平台上构建漂亮的原生用户界面。通过Flutter，我们可以实现统一的用户体验，并且减少在不同平台上的开发工作。

**API 调用功能：**在软件的功能实现中，我们通过内部 API 调用来实现不同模块的交互。这包括从数据库获取数据、处理业务逻辑以及与其他服务进行通信。这种模块化的设计使得软件更易于维护和扩展。

除此之外还有，辅助采集数据与优化用户体验的工作

### **数据分析和挖掘：**

采用 Python 编程语言，利用 SciPy 等库进行数据处理和分析。

### **人工智能和机器学习：**

使用 Python 作为主要编程语言，结合 TensorFlow 和 Scikit-learn 等框架，实现学生学习模式的分析和个性化学习计划的制定。

### **推荐系统：**

使用 Python 编程语言，利用协同过滤、基于内容的过滤等推荐算法，为学生提供个性化的学科、课程或活动建议。

### **用户界面和用户体验设计：**

结合 HTML5、CSS3 和 JavaScript 等技术，通过 UI/UX 设计工具打造用户友好、易于使用的界面。

优 Too，通过存储和管理学生的个人信息、学业成绩、兴趣爱好等数据，实现对大量学生信息的高效存取和管理。

其灵活性和强大的数据处理能力使得平台能够快速响应用户需求，并通过数据分析、机器学习等算法实现个性化的建议和计划。

在学生学习模式的分析和预测上，通过对学生行为数据的深度学习，提高了对学生个体差异的理解，为个性化教育提供了有力支持。

## 8.2 项目初期阶段展示

我是一名来自重庆高中生，我上一次期中考试的成绩是450分，我对计算机比较感兴趣我可以上哪些学校学哪些专业？



目前已经做好了 PC 端的网页初期的产品模型，可以对用户进行一个交互。

## 第九章 财务分析

### 9.1 前期主要投入资金方向

#### 9.1.1 技术模块投入

| 项目          | 金额         | 备注                                                                |
|-------------|------------|-------------------------------------------------------------------|
| 服务器采购费用     | ¥ 14,880/台 | 型 号 : 浪 潮 NF5270M5, CPU: Intel_Xeon_42102、内存:DDR4 128G2、硬盘: 16T*8 |
| 企业带宽专线 (电信) | ¥ 4,000/月  | 500Mbps 下 行 , 60Mbps 上行, 独立公网 IP 一个                               |
| 优 Too 后期软件  | ¥ 6,000/月  | 主要用于开发新的 UI                                                       |

|                      |           |                           |
|----------------------|-----------|---------------------------|
| 开发及维护                |           | 界面以及用户咨询交互的语言识别能力升级       |
| 服务器后期硬件基础升级/扩容/更换/维修 | ¥ 5,000/月 | 预计每月基础维护费用，上不封顶。          |
| 域名采购费用               | ¥ 200/年   | 根据实际选择的域名而异，动态调整。         |
| 技术模块合计投入             | ¥ 30,080  | 未除去域名按年付费，除去域名是29880 元/月。 |

### 9.1.2 办公相关投入

| 类别   | 项目     | 总计      | 备注         |
|------|--------|---------|------------|
| 固定成本 | 办公场地租金 | 学院提供    |            |
| 初始配  | 联想启天   | ¥ 24000 | 每台 4800 元。 |

|            |                 |             |                                                         |
|------------|-----------------|-------------|---------------------------------------------------------|
| 置          | A960*5          |             |                                                         |
|            | 键盘+鼠标*5         | ¥ 750       | 每套 150 元。                                               |
| 办 公 设<br>备 | 办公桌椅*5          | 学院实验室<br>提供 |                                                         |
|            | 办公电器设备+<br>金融用品 | ¥ 2300      | 包括音响设备、<br>投影仪、打印<br>机、点钞机、发<br>票（银行）支票<br>打印机等各一<br>套。 |
|            | 文具档案管理          | ¥ 530       | 包括文件夹、文<br>件套、名片册、<br>事物包等多套。                           |
|            | 办公文具类           | ¥ 167       | 包括固体胶、液<br>体胶、美工刀、<br>剪刀等多套。                            |
|            | 办公用纸类           | ¥ 237       | 包括 A4、热敏<br>纸、彩色复印<br>纸、软面抄、皮                           |

|         |      |        |                                 |
|---------|------|--------|---------------------------------|
|         |      |        | 面抄、告示贴、记事本、支出证明单、报销单等多套。        |
|         | 办公用笔 | ¥ 210  | 包括圆珠笔、中性笔、荧光笔、油漆笔、橡皮、笔芯、签字笔等多盒。 |
| 员工关怀    | 生活用品 | 86 元   | 包括扫把、垃圾桶、拖把、烟灰缸、抹布、酒精等一次性用品。    |
| 消防与生命安全 | 其他用品 | 1960 元 | 包括灭火器、急救箱（各种药物）、监控器、备用发电机等各一套。  |

|      |       |         |                              |
|------|-------|---------|------------------------------|
| 综上所述 | 一次性成本 | 30240 元 | 此总成本为所有办公设备和其他消防等一次性用品的一次性成本 |
|------|-------|---------|------------------------------|

### 9.1.3 宣传相关投入

| 宣传方式      | 费用     | 备注                         |
|-----------|--------|----------------------------|
| 网络宣传      | ¥ 1500 | 网络投流费用。                    |
| 走访高校宣传    | ¥ 300  | 五所高校团队等交通费，人均 25 元。        |
| 普通/重点高中宣传 | ¥ 300  | 普通和重点高中推广产生的差旅费用。          |
| 营销材料费用    | ¥ 2350 | 印刷宣传单 20000 张和宣传海报 7 张的费用。 |
| 宣传抽奖活动    | ¥ 1000 | 小礼品投入。                     |
| 校园推广大使    | ¥ 5000 | 五所高校的费用。                   |

| 宣传方式     | 费用      | 备注                                    |
|----------|---------|---------------------------------------|
| 团队宣传培训费用 | ¥ 0     | 无费用。                                  |
| 知识产权费用   | ¥ 500   | 商标注册和版权登记的费用。                         |
| 总计       | ¥ 11150 | 2024 年 1 月渝習行项目在江津区高职院校和本科院校进行宣传的总费用。 |

预计融资 7.5 万元，前期合计投入 71470 元

余下 24880 元作为流动资金用于后期宣传等

#### 9.1.4 融资方式

自力更生+亲友赞助+风险投资+众筹

优点：

众筹接触 大量潜在支持者，来自支持者的验证和市场反馈。

自力更生 完全控制业务，无股权稀释，无债务，精益运营。

亲友赞助 可靠来源，快速获得资金，一般低利率。

缺点：

如果业务失败，个人关系会紧张；与机构投资者相比，资本有限；

可能会出现冲突和误解且不能保证众筹成功，可能需要大量的营

销工作，股权众筹涉及放弃所有权。

## 第十章 风险识别与管理对策

### 10.1 风险识别与评估

项目处在不断的经营和发展中，随着市场的扩大、影响力的提升、用户需求性日益多样化，以及业务性的不断增强，企业将面临来自不同层次的、不同程度的风险：

- (1) 技术风险同类新技术、新产品的出现，争夺市场份额；产品研发力度不足，难以实现产品换代。
- (2) 管理风险：经营者不能有效的领导和管理,创业初期市场敏感度不强，不能顺应市场发展；存在着人才匮乏人才流失风险
- (3) 财务风险：随着项目规模的扩大，无力继续提供所需资金的筹资的风险；
- (4) 存在应收账款回收率低的风险；创业初期法律观念薄弱，投

资容易遇到“无效合同”。

(5) 其他风险：政策调整、突发事件或非人为因素造成的企业资金周转、人才流失等风险。

## 10.2 风险管理对策

通过分析未来可能存在的风险，对症下药，有以下措施尽力减少风险出现的可能性：

保持与时俱进精神,加大研发力度,同时吸收先进技术,保持产品的领先性和新颖性,顺应市场发展和时代潮流,使本产品在市场竞争中处于优势地位。

培养忧患意识,不断学习保持头脑先进性。

加大网络安全维护的培养和聘请，开发更加严格的安全监控系统保证产品网络安全。

不断调整和健全管理体系学习先进管理方法,聘请高级管理人才。优化项目人员结构,积累经验加强市场敏感度，紧跟时代潮流和客户需求。

加强企业内外部的教育与培训,完善管理制度和经营制度,编

制创新激励机制以及人才储备机制和法人治理结构。

建立财务风险监测系统和财务预警机制。

强化市场战略,以市场为导向,完成“销”预算。

合作之前深入调查对方信用、履行合同的能力以及还债能力等情况,加强法律观念和维权意识,有效利用法律武器保护企业与自身的财产和生命安全。

内部建立危机管理意识,具体情况具体分析。

### 10.3 风险资本退出方式

如果项目遇到特殊情况必须退出,可考虑的风险退出方式有:

#### (1) 收购与兼并

要想再继续发展就需要大量的追加投资,项目将会寻求同类业务管理水平高、技术实力较强的企业,将股份转让出去,帮助投资改动较短时间内取得较大回报;或者合并入获取发展。

#### (2) 整体转让出售与回购

股东按比例分配收购将投资者。将通过资产或股权转让、出售退出投资,协议转让给投资项目;或者项目股东协议回购。

#### (3) 破产清理

项目一旦确认失去发展的可能或成长太慢，不能获取高预期回报，将会考虑关闭。破产、清算。各投资股东方将以出资额为限，按出资比例承担债务，分配项目的清算财产。

本项目已结束，公开内容仅供参考，未经许可禁止使用！