



云舟

# 云舟团队 | 第二次汇报

## 需求文档及合同签订

汇报人：云舟团队

# 目录 | CONTENTS

01

调研文档

02

需求文档

03

项目合同

04

总结经验

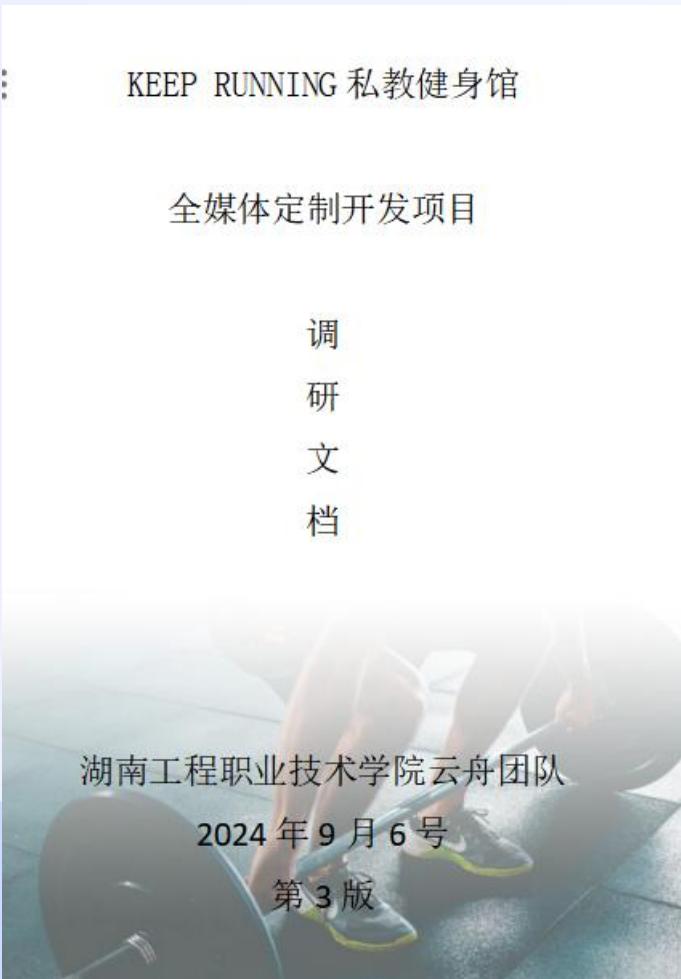


# ONE |

# 调研文档

并肩织梦|坚韧同行|用户为心

# 调研文档



01

## 官方网站调研

主要调研了10家同类型企业的官方网站，其中9家以黑色系为主。

02

## 微信公众号调研

主要调研了7家同类型企业的微信公众号，其中有6家公众号的主要内容均为活动通知。

03

## 抖音短视频调研

主要调研了5家同类型企业的抖音短视频，其中有2家的视频类型以宣传为主。

# 官方网站调研

| 网站名称    | 风格        |
|---------|-----------|
| 英派斯健身   | 简约大气、充满活力 |
| 莱美      | 简约、高级     |
| 古德菲力健身  | 简约深沉风     |
| Alex 健身 | 简明动感风     |
| 威尔仕健身   | 简约风       |
| 超级猩猩健身  | 简约风       |
| u-24 健身 | 简单、自然健康风  |
| 健身工厂    | 科技、动感风    |
| 乐刻运动    | 现代科技      |
| 贰肆柒健身   | 简约大气      |

## 分析：

从网站风格方面进行调研，发现健身网站风格中简约风占据主导，这说明简约设计不仅符合现代的审美趋势，还能够在健身领域中有效地传达品牌的专业性和清晰性。

# 微信公众号调研

| 公众号名称  | 内容                     |
|--------|------------------------|
| 英派斯健身  | 以课程介绍和健身活动为主。          |
| 莱美     | 以莱美相关的活动通知为主。          |
| 古德菲力健身 | 以古德菲力相关的活动通知为主         |
| Alex健身 | 以课表公布和Alex健身相关的活动通知为主。 |
| 威尔仕健身  | 以健身活动为主。               |
| 超级猩猩健身 | 以健身干货和超级猩猩相关的活动通知为主。   |
| 乐刻运动   | 以乐刻运动相关的活动通知为主。        |

## 分析：

从公众号推广内容方面进行调研，发现所有列出的公众号都以健身活动为主要推广内容，这表明活动营销在健身行业的公众号运营中占据重要地位。通过活动推广，品牌可以吸引用户参与，提升用户活跃度和品牌认知度。

# 抖音短视频调研

| 名称        | 链接  | 类型                | 短视频平台 | 视频类型 | 时长范围    | 视频数量 | 粉丝数   | 点赞数    | 引流方式 | 视频内容          |
|-----------|---|-------------------|-------|------|---------|------|-------|--------|------|---------------|
| 威尔士健身     | <a href="#">威尔仕健身的抖音 - 抖音 (douyin.com)</a>              | 官方账号<br>(以完成平台认证) | 抖音    | 宣传类  | 1分钟     | 452个 | 12.5万 | 47.3万  | 宣传活动 | 活动宣传          |
| 超级猩猩健身    | <a href="#">SUPERMONKEY超级猩猩 健身的抖音 - 抖音 (douyin.com)</a> | 官方账号<br>(以完成平台认证) | 抖音    | 答问类  | 1分钟到3分钟 | 525个 | 54.3万 | 253.1万 | 问答互动 | 减脂饮食选择，教练回答问题 |
| 赛普健身      | <a href="#">赛普健身学院的抖音 - 抖音 (douyin.com)</a>             | 官方账号<br>(以完成平台认证) | 抖音    | 动作类  | 30秒到1分钟 | 168个 | 4.4万  | 2万     | 技巧教学 | 女性身体塑性动作技巧    |
| 乐刻运动      | <a href="#">乐刻运动的抖音 - 抖音 (douyin.com)</a>               | 官方账号<br>(以完成平台认证) | 抖音    | 挑战类  | 30秒到1分钟 | 625个 | 62.8万 | 173.7万 | 闯关挑战 | 运动闯关挑战        |
| Myprotein | <a href="#">Myprotein的抖音 - 抖音 (douyin.com)</a>          | 官方账号<br>(以完成平台认证) | 抖音    | 宣传类  | 30秒以下   | 587个 | 5.7万  | 5.5万   | 视频卖货 | 蛋白粉推荐         |

## 分析：

从抖音短视频的视频类型、时长范围、视频数量、粉丝数、点赞数、引流方式以及视频内容方面进行调研，发现各健身品牌在抖音平台上采用了多样化的策略，以满足不同用户的需求和兴趣。这种多样化有助于吸引更广泛的受众群体。



# TWOI

# 需求文档

并肩织梦|坚韧同行|用户为心

# 内容方向

## 网站

网站方面主要是：  
主题、目标、风  
格、导航、栏目、  
分页等。

01

02

03

## 抖音

抖音方面主要内  
容为：视频受众、  
宣传、内容、时  
长、认证等。

## 微信公众号

公众号方面主要  
内容是：受众群  
体，目标，菜单  
列表，基础功能  
等。

# 基本流程

## 调研

团队内部进行调研，撰写完成需求文档。

01

02

## 线下沟通

与客户沟通，讨论需求，意见达成一致。

03

04

## 线上沟通

与客户沟通好时间，将需求文档发送给客户看。

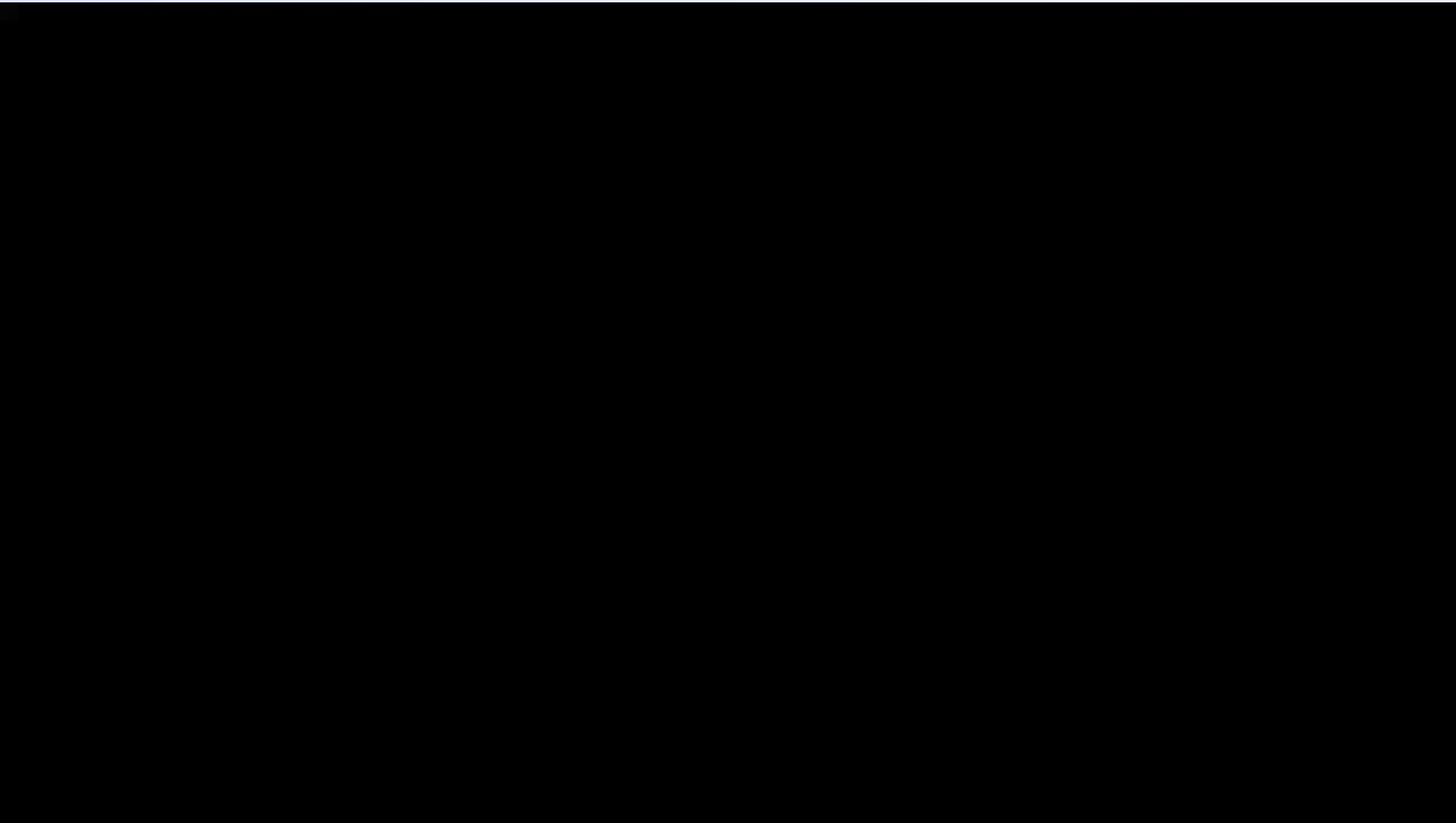


## 定稿

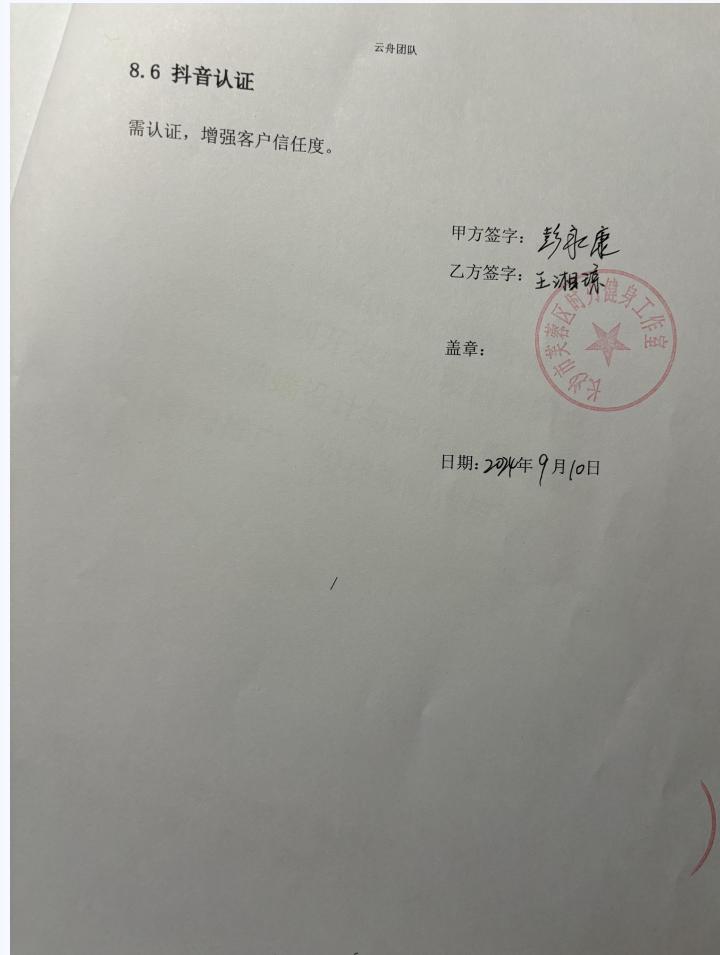
根据客户提出的需  
求，修改细节并完  
成定稿。



# VLOG



# 需求文档的签订





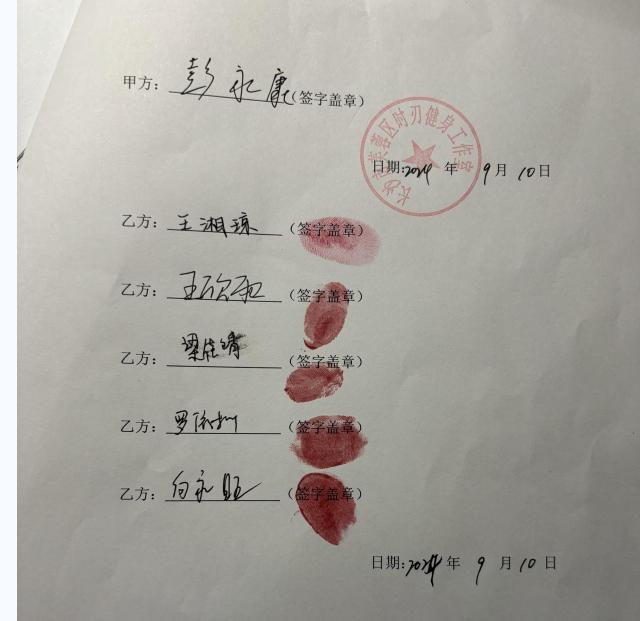
# THREE I 项目合同

并肩织梦|坚韧同行|用户为心

# 流程



商讨合同



签订合同



# FOUR |

# 总结经验

并肩织梦|坚韧同行|用户为心

## 总结经验



### 换位思考

我们要站在对方的角度  
思考，才能够更准确地  
把握对方的需求



### 工作准备

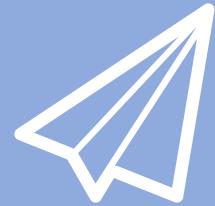
在去之前应带齐可能  
会用到的工具，并进  
行合理的分工，方便  
及时的做出修改，

# 总结经验



## 随时记录

好记性不如烂笔头，沟通交流时，随时记录对方的要求；在谈论完后可以再次对照记录确定对方的要求



## 时间观念

可以早到就不可以迟到，更少的时间解决更多的问题，提高效率，毕竟别人的时间也是有限的

## 总结经验

道阻且长，行则将至  
行而不辍，未来可期





云舟

# 云舟团队 | 感谢观看

## 需求文档及合同签订

汇报人：云舟团队