

组员：

王梓帆 高同 刘瀚择 束宇犀 李张榕 董明子 邱晨宸

ARTGO

集成式艺术社区APP

01



目录

CONTENT

01

简介

02

用户洞察

03

商业模式

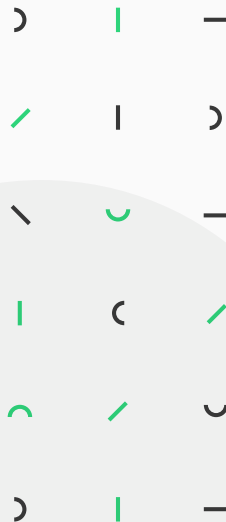
04

营销策略

05

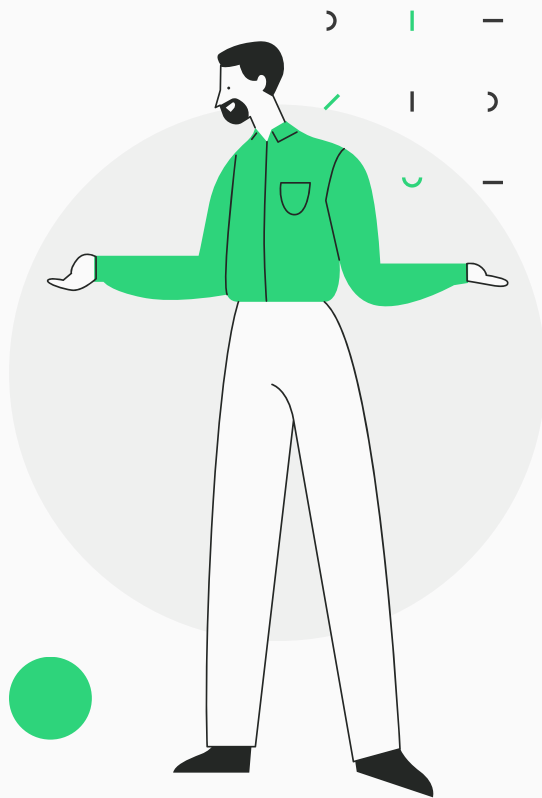
运营策略

02



简介

03



产品定义

› | —

/ | ›

\ ∪ —

| (/

∩ / ∪

› | —

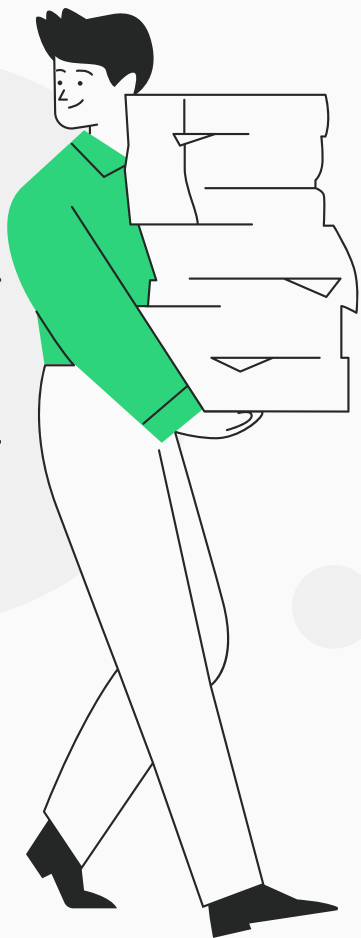
ArtGo是由椰子井1328自主研发的一款**集成式艺术社区APP**。

ArtGo的**目的**是创建一个专属于艺术讨论社区，一个让每个人更容易接触到艺术的平台。

ARTGO简介

在ArtGo中，用户可以发布各式艺术的**主题贴**，以**论坛的形式**与其他人讨论艺术；由**官方编辑**撰写或摘选相关文章，在ArtGo发布**艺术科普**、**美学科普**等类型的文章；ArtGo同时也会对接**艺术馆**或是**展览**（包括免费展览），提供给想要接触艺术的用户一个便利的接触艺术的**购票功能**。

ArtGo是一个**低门槛**的接触艺术的平台，其**目标受众**包括了艺术的爱好者、想要入门了解艺术的人群、以及仅仅是想要搜寻一个免费展览的人群等。ArtGo是一款**艺术讨论社区**同时也是一个比传统购票平台更为便利的**购票渠道**



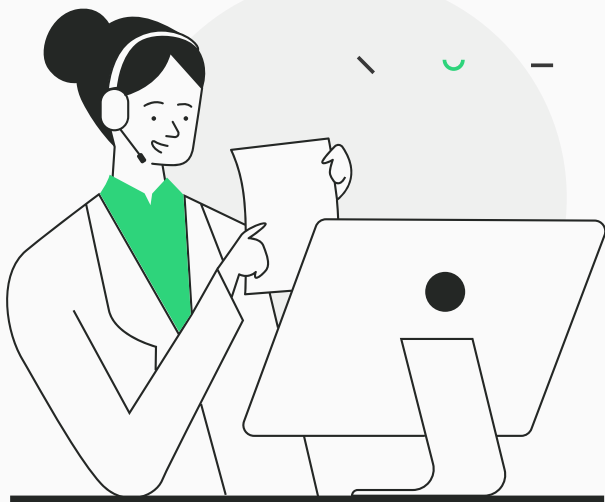
用户洞察

06

ARTGO用户洞察

1. **探索艺术品**：用户对于发现新的艺术作品和艺术家感兴趣。他们希望通过产品获得艺术品推荐，包括不同类型、流派和时期的作品，以扩展他们的艺术视野。

2. **学习艺术知识**：用户对于了解艺术的历史、理论和概念感兴趣。他们希望通过艺术科普内容获得专业的艺术知识，了解艺术作品的背景、创作过程、艺术家的思想和意图等。



ARTGO用户洞察

3. **理解美学原理**：用户对于美学的研究和理解感兴趣。他们希望通过美学科普内容深入探讨艺术的审美原则、艺术形式与表现方式、美的感知和评价标准等。
4. **个性化推荐和定制化内容**：用户希望根据自己的兴趣和偏好获取个性化的艺术作品推荐和内容。他们希望产品能够根据他们的喜好和需求，提供符合其口味和学习目标的推荐内容。
5. **互动和参与**：用户希望参与到艺术社区中，与其他艺术爱好者和专业人士互动和交流。他们希望通过产品提供的社交功能、评论和分享机制，与他人分享自己的观点、体验和发现。

ARTGO用户洞察

6. **多样化的艺术形式**：用户对不同类型的艺术作品兴趣广泛，包括绘画、雕塑、摄影、音乐、舞蹈、戏剧等。他们希望产品能够涵盖多种艺术形式，以满足他们对于不同艺术形式的探索和学习需求。

7. **可视化和互动体验**：用户希望通过产品以视觉和互动的方式体验艺术作品和艺术概念。他们希望有丰富的图像、视频和互动功能，使他们能够更直观地理解艺术作品和美学原理。

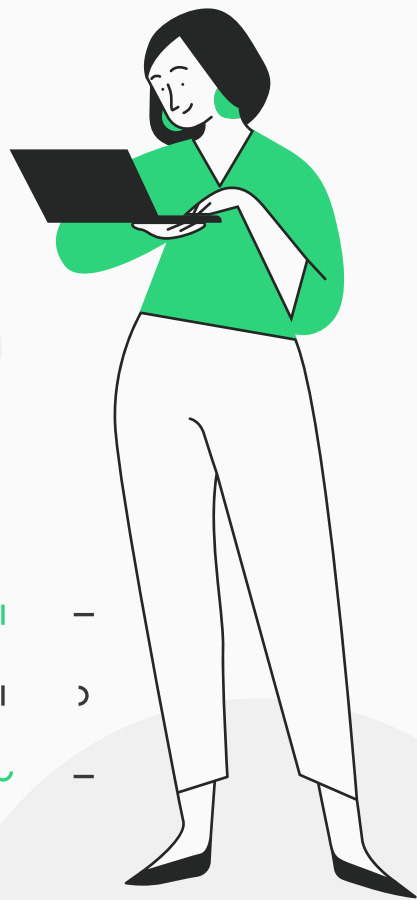


ARTGO目标人群

1. **艺术爱好者**：这是一个广泛的人群，包括有艺术专业背景的人士，也包括对不同艺术形式感兴趣的普通用户。他们希望通过产品发现新的艺术作品、了解艺术知识、探索美学原理和参与到艺术社区中。
2. **知识青年**：这个人群对于知识的追求和学习热情强烈，对于艺术的历史、理论和概念感兴趣。他们希望通过产品深入学习和了解艺术知识，拓展自己的视野和思考方式。
3. **初学者和新手**：这个人群对于艺术作品、艺术形式和美学概念尚不熟悉，但有一定的兴趣和好奇心。他们希望通过产品简单易懂的内容和互动体验，快速入门并深入学习艺术知识。
4. **社交爱好者**：这个人群希望通过产品与其他艺术爱好者互动和交流，分享自己的观点和体验。他们希望产品提供丰富的社交功能，让他们可以与其他用户交流、合作和分享。

10

商业模式



ARTGO商业模式

1 广告收入

ARTGO可以通过向品牌商、艺术展览主办方等机构出售**广告位**，从而获得收入。ARTGO可以通过用户画像、艺术兴趣等数据，为广告主提供更为**精准的广告投放服务**，从而增加广告的效果和价值。

ARTGO可以提供**会员制度**，为用户提供更多的服务和特权。比如可以针对会员推出更多的专属活动、打折优惠、签到赠送**会员权益**等。此外，ARTGO也可以在付费**会员服务**中增加更高端的艺术服务，比如专业艺术导师的服务、艺术品交易服务等。

2 会员收费

1 2

ARTGO商业模式

ARTGO可以开设**艺术品电商平台**，提供用户购买艺术品的渠道。ARTGO可以选择与品牌艺术家、画廊、博物馆合作，将其收集到的艺术品信息和资源整合到电商平台上，为用户提供更为便捷和可信的购买渠道，并通过**销售佣金**和**平台利润**等方式获得收益。

3 电商收入

4 数据分析服务

ARTGO可以根据用户的兴趣爱好和浏览行为等数据进行用户数据分析、用户画像构建等服务，为**品牌商**、**文化机构**等提供更为精准的**数据分析和推广服务**，从而获得收益。

13

ARTGO商业模式



5 活动策划

与艺术馆、博物馆等机构合作，共同策划推出各种主题活动，如讲座、研讨会、艺术品展览等，吸引更多的用户参与和使用ArtGo平台，提升ArtGo的品牌影响力。

ArtGo可以与艺术家、画廊等机构合作，通过授权的方式为平台上的用户提供艺术品的版权服务，为艺术品商家提供版权保护，同时也可以为ArtGo带来额外的收入来源。

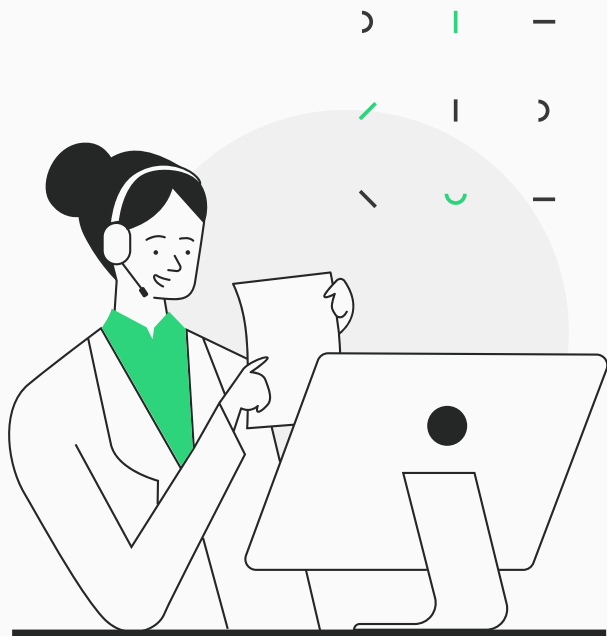
6 授权合作

14



15

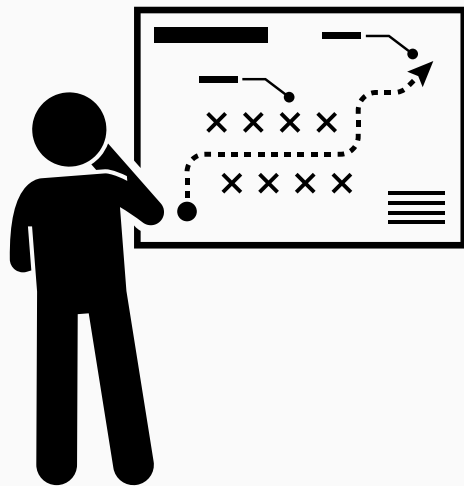
营销策略



营销策略

线下活动：借助美术馆、艺术展览会等相关**展览活动**进行线下营销，向相关受众宣传artgo软件，在线下购票、讲解、周边产品售卖等服务中进行artgo**软植入**，引导用户使用artgo的线上服务，并以发放**优惠券**、**会员卡**等方式引导用户下载注册，进行拉新。

与乘车平台、旅游平台等合作，为用户提供目的地艺术馆的**优惠券**和**促销活动**信息，吸引更多用户下载使用artgo。此外还可以通过以平台**积分兑换**artgo会员权益等形式，给用户带来额外的益处。地铁、公交等城市交通工具也可以作为宣传媒介，利用**车内媒体**或者**扫码**等方式向用户宣传artgo，并提供下载链接或者以优惠券等方式进行引流。

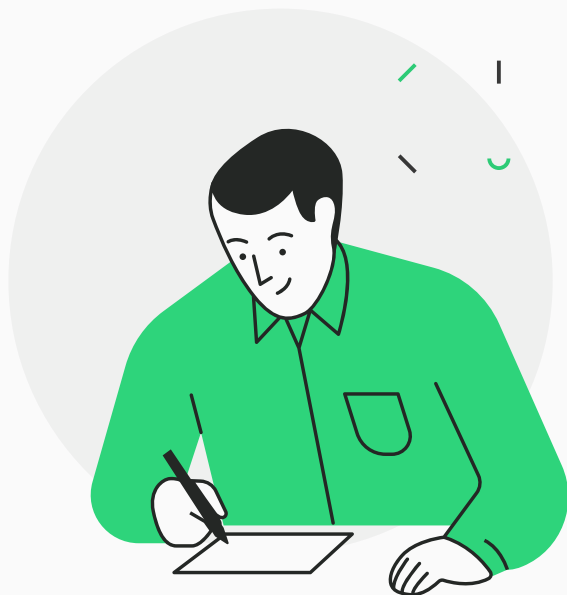


营销策略

17



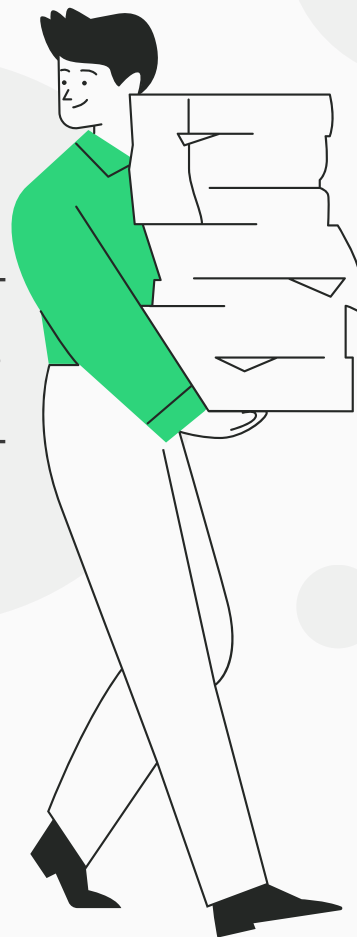
私域：开展类似**集赞**领取优惠券活动，引导用户转发artgo上的内容至**朋友圈**等**私域平台**，获取私域流量。也可运营自有的**artgo公众号**，以专题的形式发布相关文章，吸引更多关注和流量，文章内设跳转至app的链接，不定期发布活动，让用户转发公众号文章**集赞领取优惠券、参与抽奖、邀请好友**下载app等等，提高用户参与程度和拉新。





运营策略

18



在运营初期，ArtGo还处于相对简单的阶段，面临着产品功能不够全面或者冗余，以及用户认知度低等多个问题。

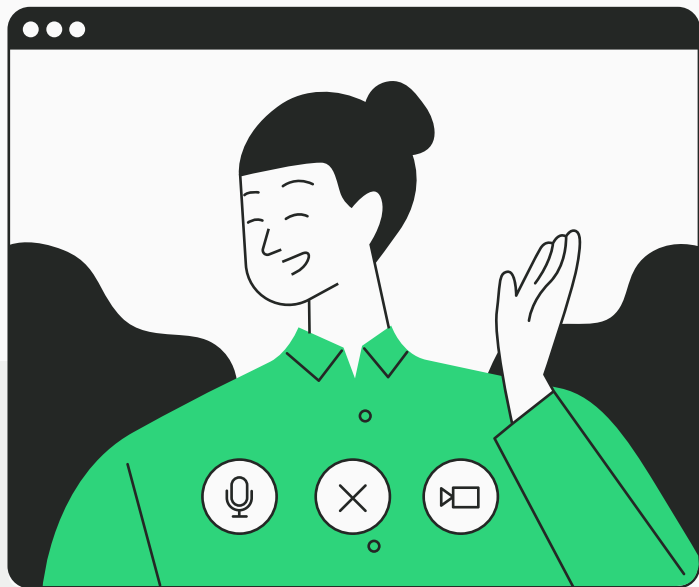
在产品初期的冷启动阶段，我们就要与用户建立起充分的联系。

在用户侧，我们需要在有限的APP用户中建立用户团队，鼓励其提交产品的问题，同时提出产品未来的改进意见，包括产品功能，UI设计，甚至是产品定位等方方面面。

在产品侧，我们要根据用户提出的问题对产品进行改进。有条件的话可以对产品的各个按钮和功能进行监控，获取用户的点击率等，以获取用户对于各个功能的使用频率和偏好，便于进一步优化产品结构和功能，不断深化ArtGo相较于其他订票和艺术社区类APP的差异点、价值点、记忆点和传播点。

运营策略

谢谢大家



组员：
王梓帆
高同
刘瀚择
束宇犀
李张榕
董明子
邱宸宸

20