

题目：

你是某餐饮类 app 的产品经理，由于公司推广需求，现在需要设计一个针对新老用户发送优惠券的 H5 界面，用于微信里用户自发的分享传播。

要求：

- 以 H5 为载体，主要用于微信聊天窗和朋友圈的分享「此处为两种分享模式」
- 注意分享的流程以及流程里必备的判断
- 注意后台逻辑和前端逻辑的配合，不要忽略后端
- 重要的页面需要完整原型，其他页面需要简单的页面流程，需要有整体的串联

要做的工作：

- 明确需求背景
- 需求分析：通过简单的产品功能调研，提供决策过程和依据
- 需求目的：明确需求目的和功能列表
- 梳理流程所处的模块关系：业务逻辑、业务流程、页面流程
- 功能详细介绍：原型设计
- 考核指标和计算方法

「黄焖Jimmy饭」优惠券发放策略设计PRD

版本号：V1.180418

版本号	时间	修订人	备注
V1.180418	2018.04.18	小七	V1.0拆分的小版本，新增若干功能
V1.0	2018.03.08	小七	产品初版

作者：赵宇骁

产品介绍

「黄焖 Jimmy 饭」是一款依托于线下餐饮品牌黄焖 Jimmy 饭而开发的一款品牌餐饮 app，可以实现手机自助点餐，外卖服务，在线支付以及 Jimmy 会员等功能。

修改记录

2018.04.18

文档版本：V1.180418

1. 支持微信账号登录

1.1 支持手机用户绑定微信；

1.2 支持新用户直接使用微信账号登录 App；

2. 新增优惠券及其分享功能，支持分别在微信聊天窗和朋友圈分享

2.1 推出优惠券功能和分享活动；

2.2 新用户可以通过好友分享链接免费获得一张优惠券；

2.3 老用户可以邀请好友领取优惠券，好友注册成功并使用优惠券下单后，老用户获得一张优惠券；

2018.03.08

文档版本：V1.0

App 上线，初始版本功能如下：



需求背景

黄焖 Jimmy 饭是全国著名连锁品牌餐饮门店，目前刚刚上线了同名品牌餐饮 App，目前用户量较少，为了完成 App 的冷启动，进行品牌推广，增加用户下单消费，希望设计一个针对新老用户发送优惠券的 H5 界面，用于微信用户自发的分享传播。

需求分析

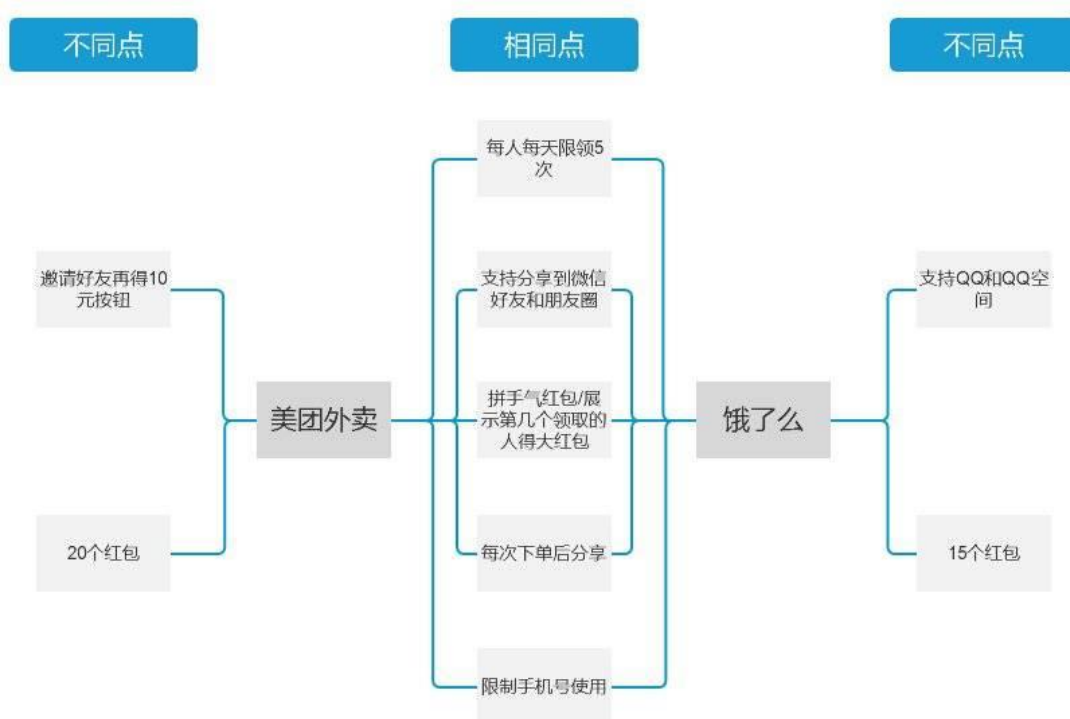
用户-场景-需求分析

用户	场景	需求
新用户	1.午饭想点外卖，想看看各个平台上有没有比较好的优惠 2.看到朋友圈里有人分享优惠券，看看是不是可以薅羊毛	• 省钱
老用户	1.自己想吃黄焖Jimmy饭了，想看看有App上有没有活动可以省点钱 2.看到App上面有活动，推荐给朋友薅羊毛	• 省钱 • 朋友分享互动
运营人员	1.线下品牌比较知名，但是App刚刚上线不久，使用人数很少，想要进行冷启动，提高App的用户数量； 2.经常吃黄焖Jimmy饭的老用户会通过其他平台下单，想要培养用户通过官方平台下单，不被其他外卖平台抽取佣金。	• 推广拉新 • 提升用户活跃 • 独立，不被其他平台牵制

从上表分析，优惠券分享功能的需求主要满足了新老用户省钱和互动需求以及运营人员的推广，提升用户活跃和平台独立需求。

同类 App 功能调研

目前最典型的具有分享红包功能的餐饮类 App 主要是外卖类 App，包括美团和饿了么。对这两款 App 的红包分享功能进行简单调研和对比分析：

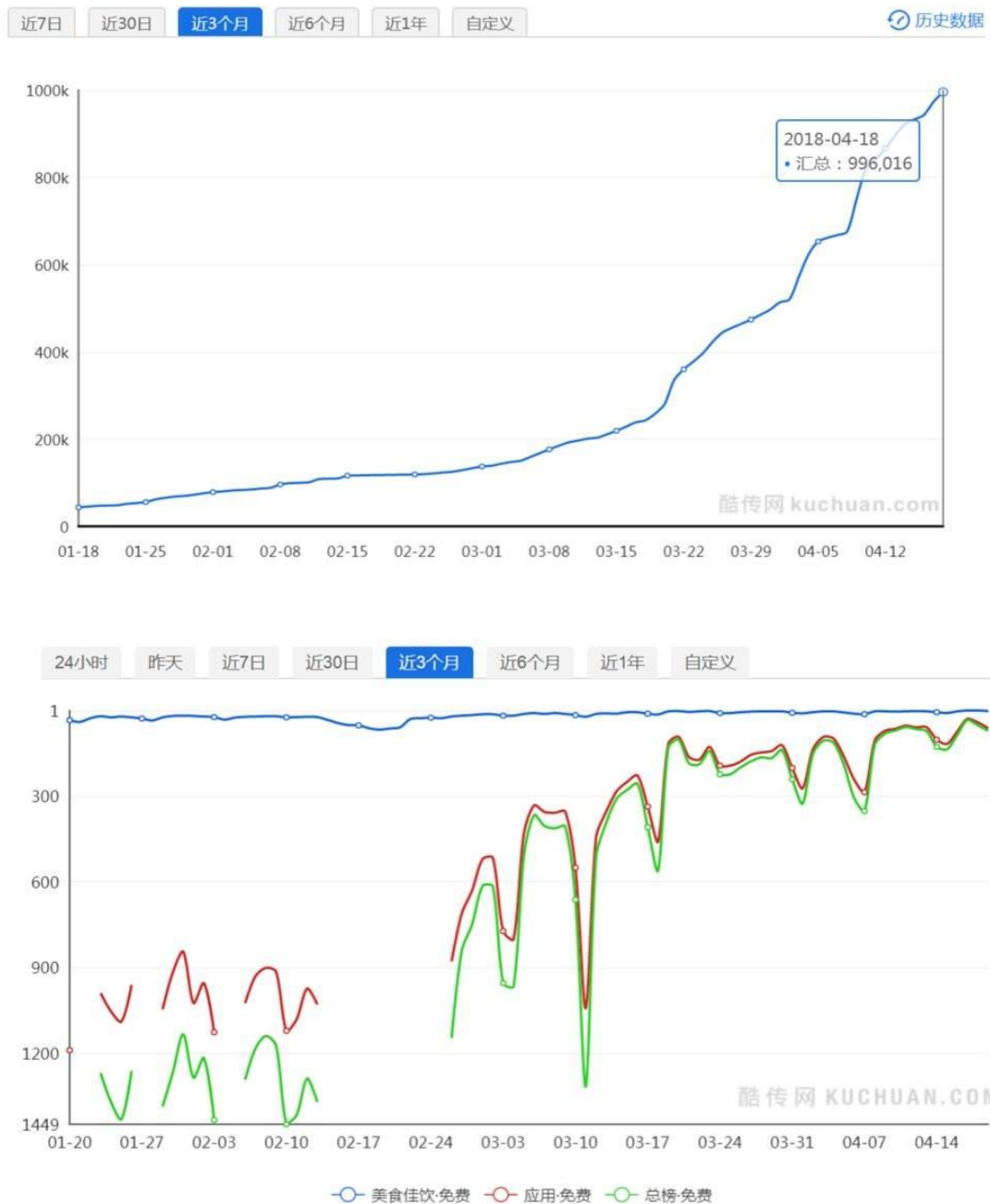


优惠券分享的基本逻辑是：A 用户通过 App 下单后，弹出分享红包页面，用户可以选择分享红包至微信好友聊天窗口以及朋友圈，B 用户可以点击链接进入 H5 页面，领取优惠券，然后在用 App 下单时使用优惠券，完成支付。

但是由于黄焖 Jimmy 饭属于品牌餐饮 App，与外卖类 App 有一定区别，我还调研和体验了 luckin coffee 这个 App 的分享优惠券功能。其基本的逻辑是，用户通过 App 内部的分享 banner 可以将 H5 的链接发送至微信好友或朋友圈，好友输入手机

号点击领取，然后新用户通过 App 端可以使用优惠券下单获得免费咖啡，交易成功后邀请者可以获得一张免费咖啡券。

luckin coffee 从 2017 年 10 月 26 日上线 1.0.0 版本，经过一定的优化完善后，开始进行大面积的推广，包括传统的地铁电梯广告，各种 App 内的信息流广告以及大 V 公众号的广告位等，从今年 3 月中旬开始呈现爆发性的用户增长，短短一个月时间，目前累计下载量已近百万。luckin coffee 在 AppStore 应用榜单上更是一路跃进，无论是免费榜单，总榜都是从 1000 多名杀入前 50，在美食佳饮榜单上更是直接压过美团和饿了么达到榜单第一。



结论：

- 美团和饿了么作为餐饮类 App 常年排名前三的两款 App，红包分享是它们共有的核心功能点，同时可以看到两款 App 在这个功能点上无论操作、界面还是底层逻辑基本上完全相同。
- luckin coffee 的增长也是很大程度上得益于其免费咖啡券的分享活动，通过邀请好友得咖啡券的形式完成了冷启动。
- 优惠券或者红包解决了用户最关注的问题和满足了核心需求——价格。而分享的方式直则实现了产品本身的推广，无论是提升用户数量，活跃程度以及付费意愿。因此开发优惠券的微信分享功能，其重要性已经毋庸置疑，可以说必须借鉴到我们自己的 App 上。

需求目的和功能列表

需求目的

从产品角度来说，通过增加优惠券和优惠券分享功能，实现：

1. App 的推广冷启动，提升品牌知名度；
2. 增加注册和活跃用户数量，培养用户使用品牌 App 的习惯；
3. 可以不受制于其他平台，可以独立进行运营以及不被其他平台收取佣金。

从用户角度来说，可以满足用户想要得到价格优惠的需求：

1. 新用户注册可以免费获得一份黄焖 Jimmy 饭的优惠券
2. 老用户邀请朋友成功下单后也可以免费领取一份黄焖 Jimmy 饭的优惠券

功能列表

优惠券活动说明：

- 目的：本次优惠券活动主要是为了进行品牌 App 推广的冷启动而设计；
- 获取方式：
 1. 新用户下载 App 注册成功，平台自动发放一张优惠券；
 2. 新用户通过 H5 链接填写手机号可以领取一张优惠券；

3. 老用户通过平台的 banner 分享链接给朋友，朋友领取下单成功后，平台自动给老用户
优发放一张优惠券；

• 具体规则：

1. 本优惠券共 1 种类型，内容为一份中份黄焖 Jimmy 饭的兑换券，等值金额为 24 元；
2. 用户可通过黄焖 Jimmy 手机 App 下单使用优惠券，抵扣一份中份的黄焖 Jimmy 饭或等
值的其他商品，但优惠券不设找零，超额需补差价；
3. 优惠券使用范围为全国所有黄焖 Jimmy 饭门店，使用期限为领取优惠券的两周内。
4. 每个手机号只能领取一次优惠券。（通过领取获得，分享获得不设上限）

App 端功能

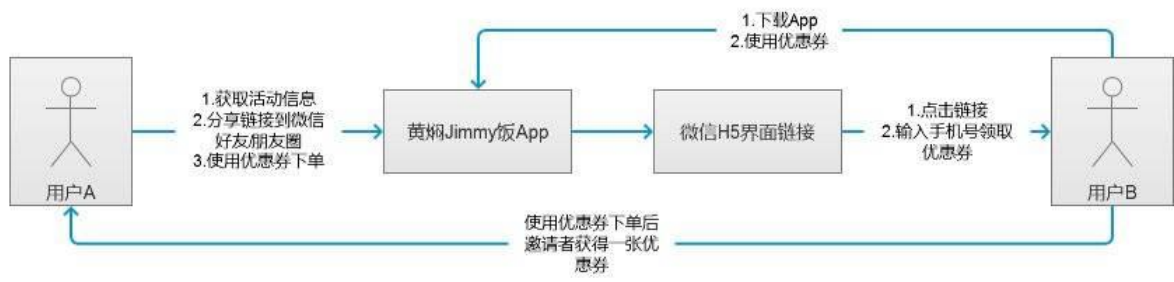
编号	涉及页面	更改内容	备注
1	首页	1.点击活动banner弹出分享活动页面 2.选择点击分享给微信好友或微信朋友圈	
2	下单结算页	1.结算时增加优惠券减免行 2.系统自动选择/手动选择优惠券	
3	我的优惠券页	1.介绍优惠券使用规则、金额、期限等	
4	我的	1.增加我的优惠券内容行	
5	我的	1.立即登录-登录页面，支持微信登录 2.登录后需绑定手机号才能领取优惠券 3.手机用户分享优惠券到微信后自动关联微信账户	

微信 H5 页面功能

编号	涉及页面	更改内容	备注
1	微信聊天页	开发H5链接详情页内容，H5页面链接缩略展示	
2	发布朋友圈页面	开发H5链接详情页内容，H5页面链接缩略展示	微信聊天和朋友圈界面的详情展示页相同，缩略图适配
3	H5页面详情	输入手机号，下载App跳转链接，好友状态，公众号二维码	

需求的业务逻辑和流程

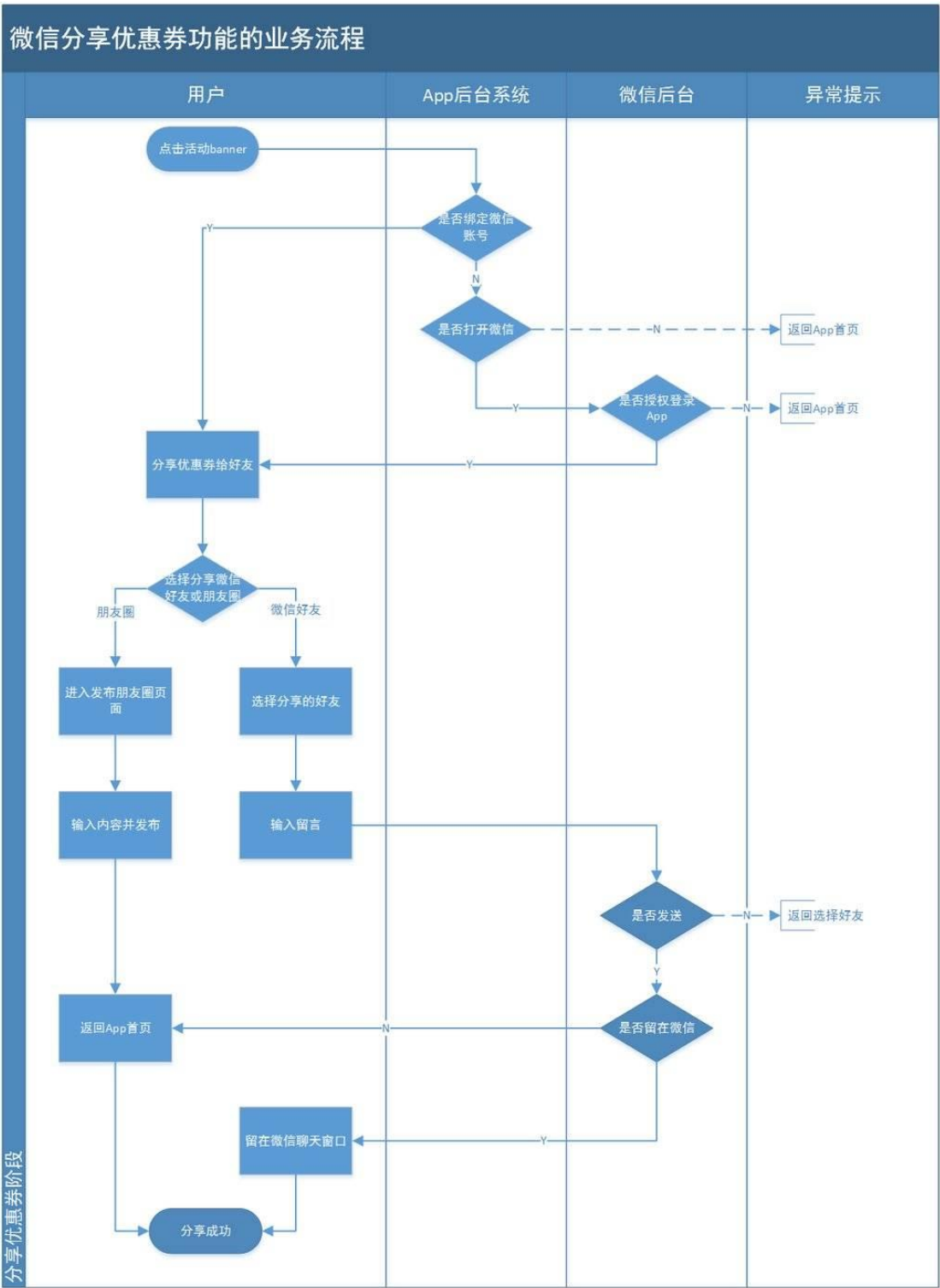
业务逻辑



业务流程

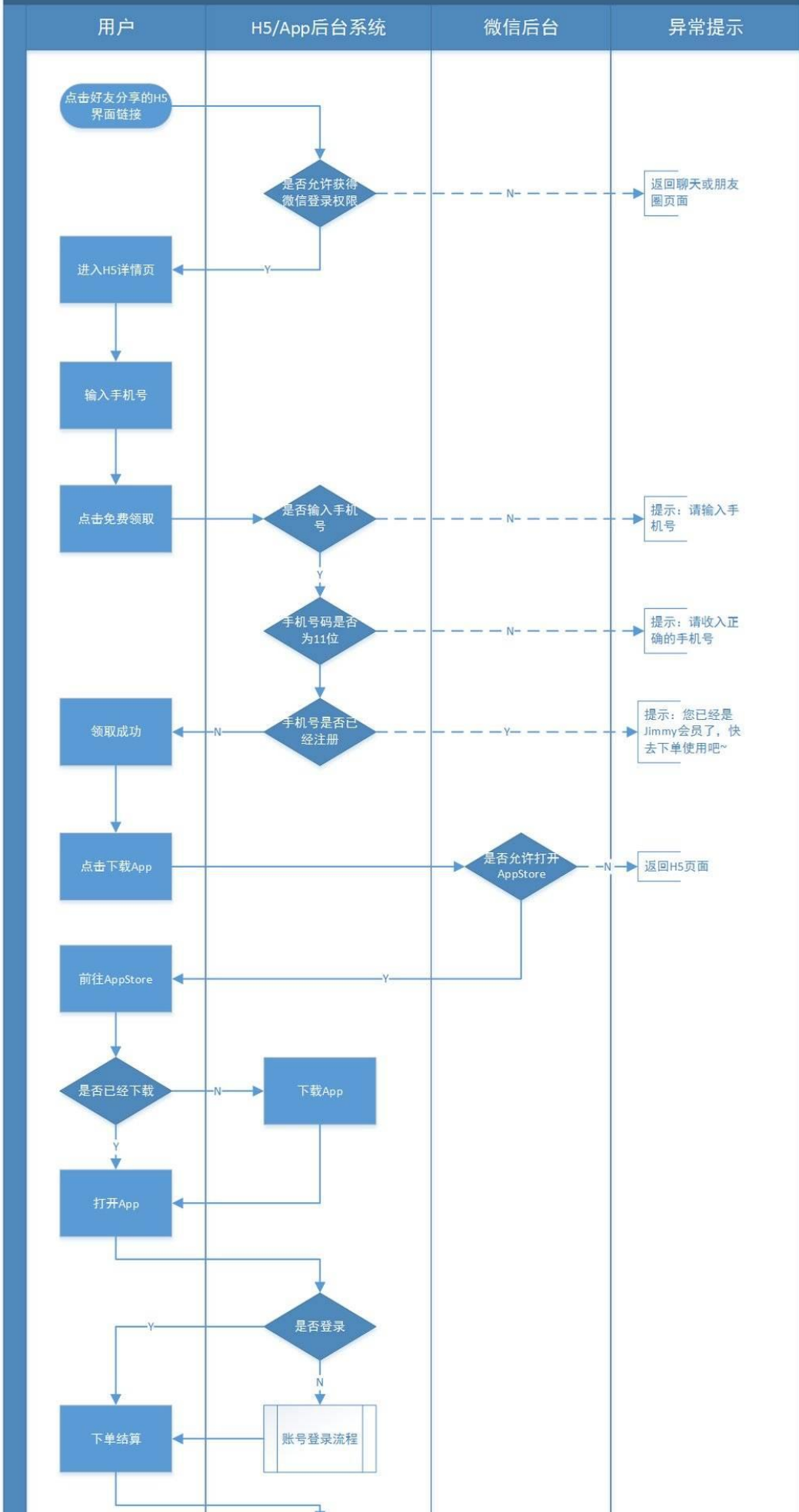
分享优惠券功能涉及到两个流程，分别是：

1. 分享优惠券流程；



2. 领取优惠券下单流程；

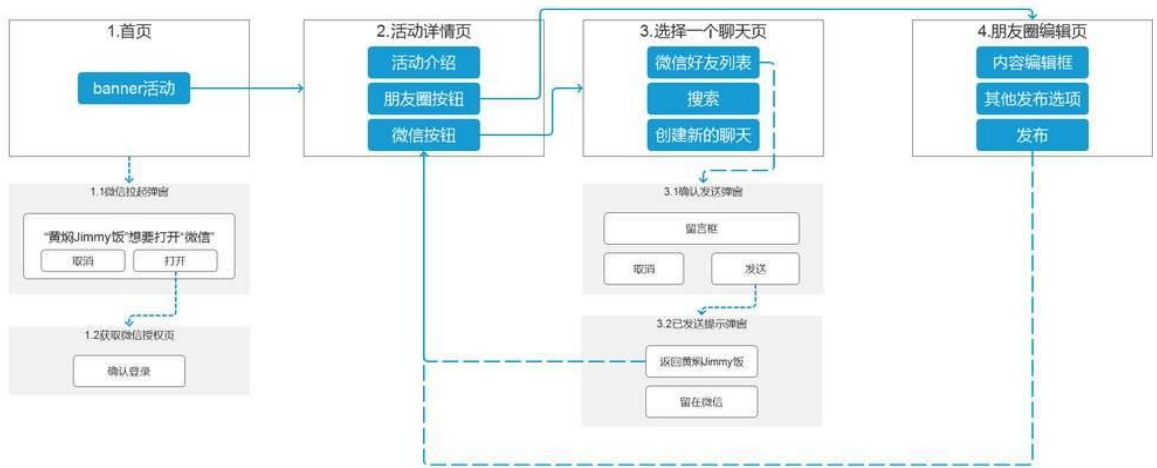
微信分享优惠券功能的业务流程



页面流程

相应的也有两部分的页面流程

1. 分享优惠券页面流程



2. 领取优惠券下单页面流程



注：页面 1 中以微信聊天窗口作为示范，朋友圈展示类似，后续流程都完全一致。

详细功能介绍

我们对分享优惠券和领取优惠券下单的两个流程中涉及到的主要页面绘制原型图。

1 App首页



a. 点击Banner上分享活动的链接可以进入活动详情页
b. 点击Banner顶部右侧打开分享弹窗进行授权

2 活动详情页



a. 点击顶部按钮跳转至选择聊天窗口
b. 点击顶部按钮跳转至会员特权页及新增会员页

3 选择一个聊天页



a. 选择聊天窗口出现确认发送提醒弹窗

4 朋友圈编辑页



1.1 微信拉起弹窗



a. 点击打开进入微信授权页
b. 点击取消回到当前页

3.1 确认发送弹窗



a. 可输入留言
b. 点击取消回到选择聊天页
c. 点击发送进行消息发送提醒弹窗

1.2 获取微信授权页



a. 点击确认授权可以跳转回到活动详情页

3.2 已发送提示弹窗



a. 点击确认授权可以跳转回到活动详情页

1 微信聊天页面



a. 点击链接将弹窗提醒微信授权，若已经授权则直接进入H5页面



2 优惠券领取详情页



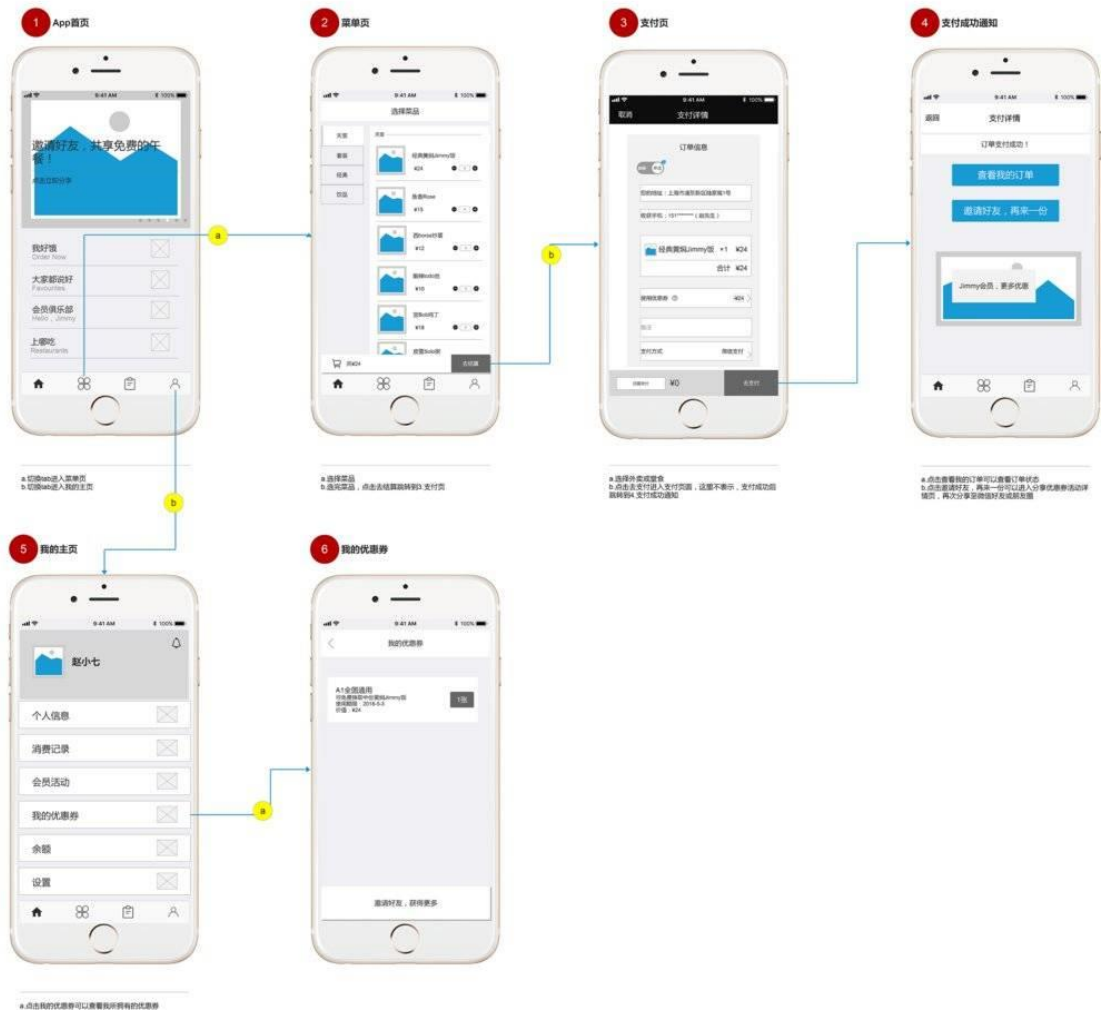
a. 点击免费领取，可能出现弹窗提示界面
b. 正确输入手机号，点击免费领取能转到3. 领取成功提示页



3 领取成功提示页



a. 点击下载App去享用，微信弹窗提醒打开AppStore
b. 跳转到AppStore，可以选择下载App，如果已经下载，则显示打开
c. 打开App，下单使用优惠券



另外，分享优惠券 H5 界面设计的前置功能：

1. 需要完成优惠券功能的设计，包括优惠券的金额，使用规则和限制，有效期，因此原型设计中也包含了我的优惠券页面；
2. 需要完成微信账号登录和绑定，这个流程涉及到的登录页是原有页面，不在此详细展示。

考核指标

主要的考核指标和计算方法如下：

被邀请比例=通过链接注册的用户/当日新增的用户

领取率=通过链接领取优惠券的用户数量/收到邀请链接的用户数量

优惠券使用率=使用优惠券下单的用户数量/领取优惠券的用户数量

传播比=分享者通过好友下单获得的优惠券总数/分享链接的用户数量（平均每个用户带来几个新用户）