

墨墨背单词 vs 不背单词竞品分析报告

1. 分析目的

货比货是识别一个产品好坏的最佳方式之一，用户很难从产品体验过程中对其进行系统的评价，这个时候就需要产品经理进行竞品分析，分析不同竞品的优缺点，从而在产品迭代过程中寻找优化方法。本次主要对两款 app 进行竞品分析，找出各自优劣，从而为后面的优化提供参考。

2. 市场状况

英语是国际指定的官方语言，也是世界上使用最广泛的语言，随着全球化进程的加快，英语的重要性越来越高，尤其是对于我国这种非英语国家，国家对英语的教育也越来越重视。根据教育部统计数据，截至 2017-2018 学年（2018-2019 学年数据尚未公布），我国在校学生已达 18502.80 万人，以下是 2017-2018 学年我国教育学生数量统计表。

2017-2018 年教育学生数量统计表

年份	小学	初中	普高	中职	总计
2017-2018 年	10093.70	4442.10	2374.50	1592.50	18502.80

可以看出，由于中国教育的发展，学生数量极为庞大，这也就意味着背单词 app 的市场十分广阔，并且会随着英语的重要程度逐渐扩大。

3. 竞品选择

确定竞品

墨墨背单词 vs 不背单词



产品名称：墨墨背单词

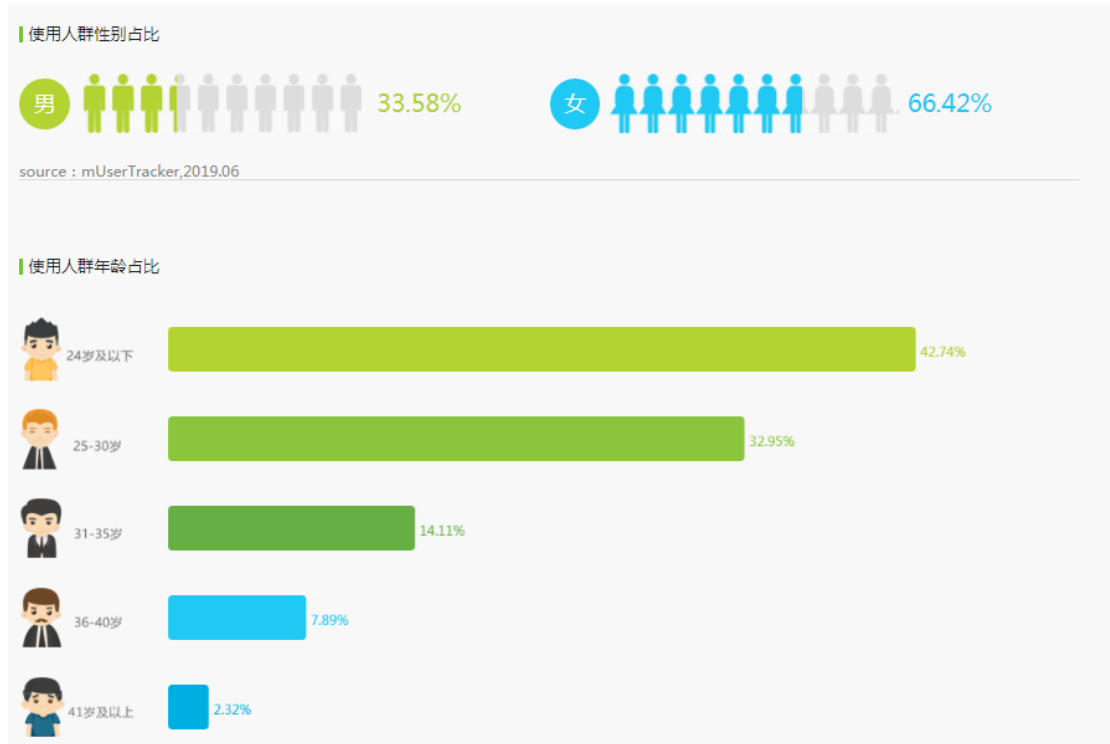


产品名称：不背单词

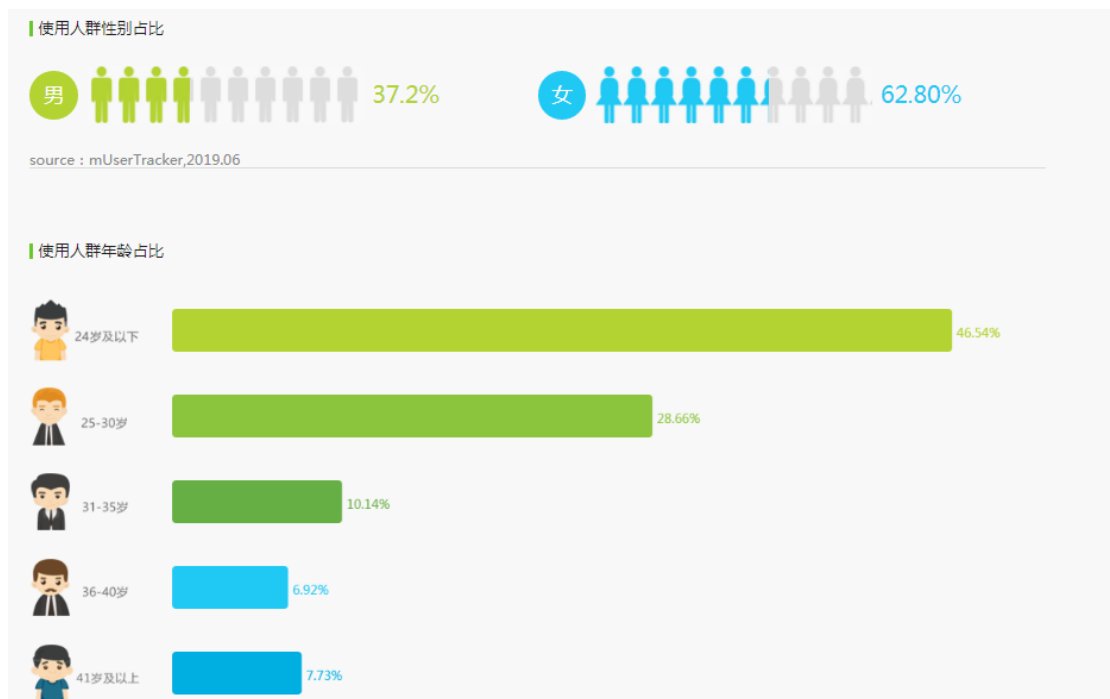
选择理由

1) 目标用户相似

从用户属性上看，都是女性居多，且最大受众人群年龄在 24 岁及以下。他们因工作或者学习上的需要，有不断提升自己的需求和主动学习的意识。

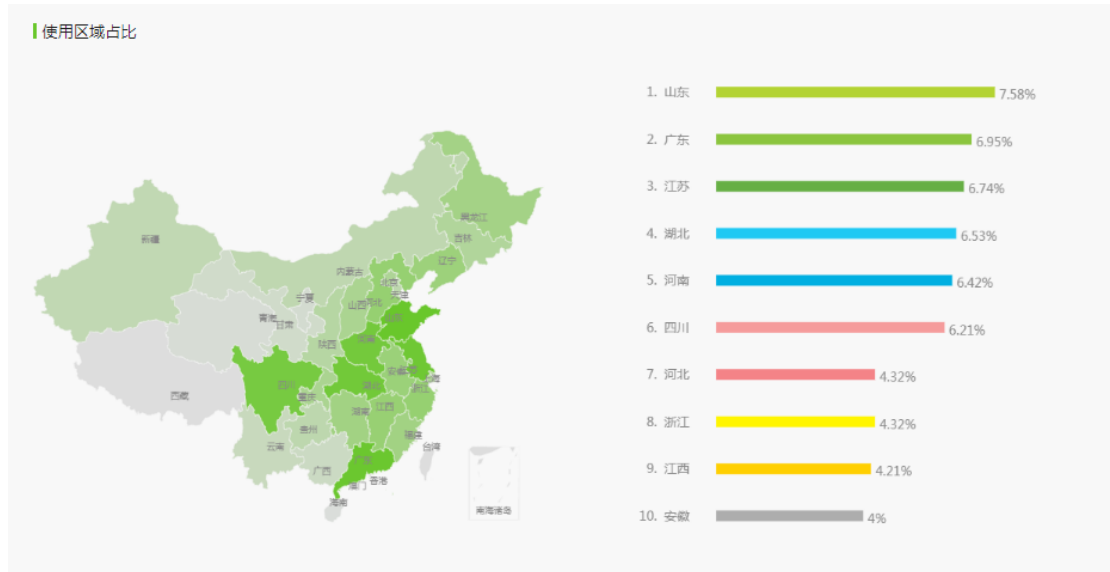


墨墨背单词用户属性图

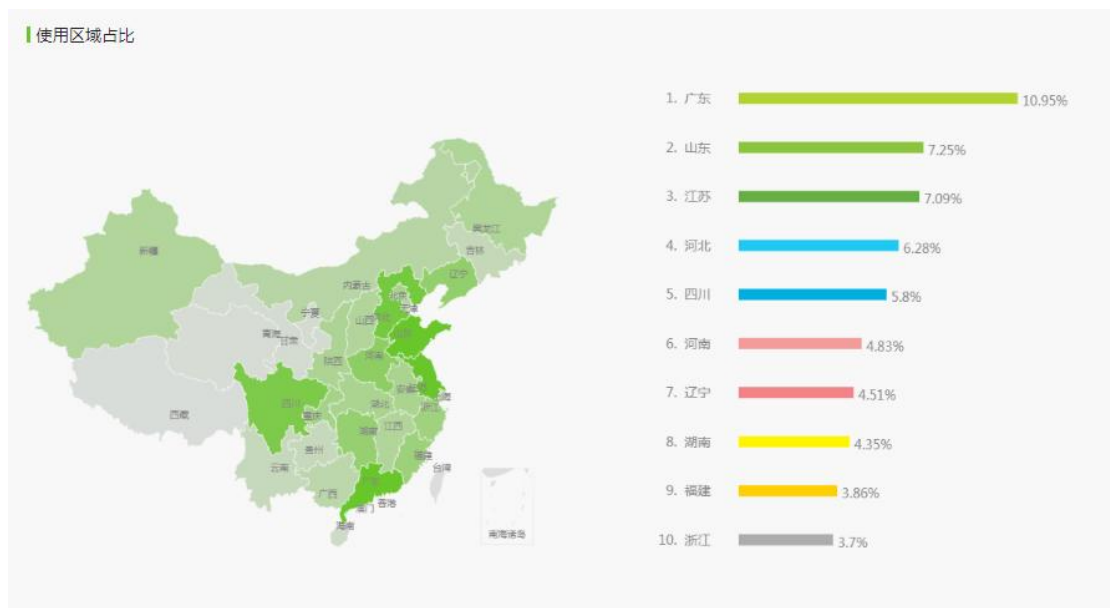


不背单词用户属性图

从用户地域分布上来看，主要集中在广州、山东、江苏等城市，两款 app 竞争关系明显。

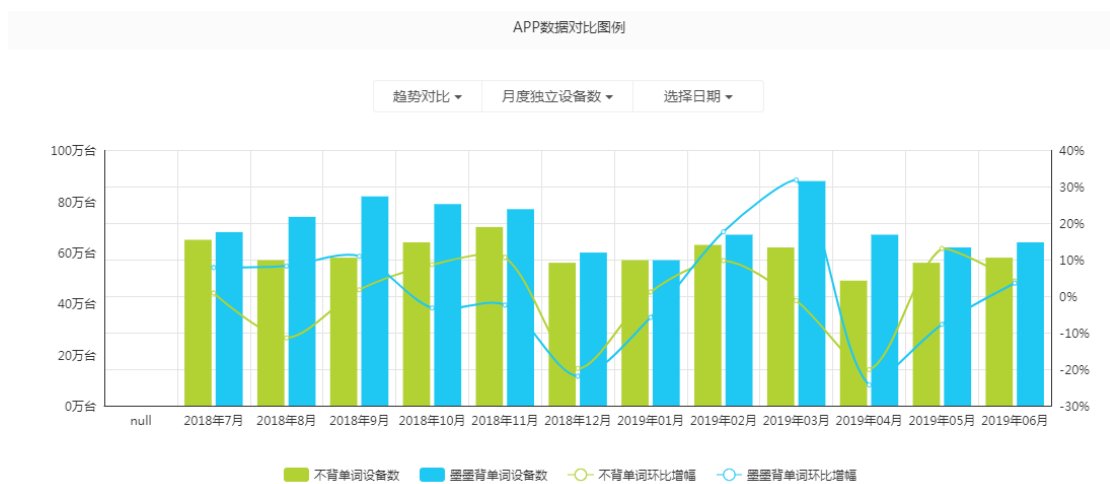


默默背单词用户使用区域占比图



不背单词用户使用区域占比图

2) 规模相似



两款 app 月度独立设备数对比图

规模不同的产品在运营以及传播策略上会有较大的差异，能够将两个产品放在一起进行比较的前提之一就是两者的体量相差不能够太大。从图中可以看出两款 app 的月度独立设备数都在 60 万台左右，具有规模相似性。

4. 体验环境

两款 app 体验环境表

	墨墨背单词	不背单词
软件版本	3.6.51	3.0.8
设备	华为 mate20	
操作系统	Android 9	

5. 竞品对比

5.1 战略层

a) Slogan

墨墨背单词：高效抗遗忘，精准规划海量记忆。

不背单词：真实语境学单词

b) 实现方式

墨墨背单词：利用大数据算法对每一个独立的单词依据“单词难度”和“学员个体的记忆差别”量身定制专属于每一个学员对每一个单词的复习规划。在每个单词即将到达遗忘临界点的时候，恰到好处的安排你的下一次复习。

不背单词：不背单词配有十万条双语有声例句，全方位掌握单词的词义和用法。同时“不背单词”还有自动切换背景的功能，缓解背单词的乏味。

c) 产品定位

无论是“高效抗遗忘，精准规划海量记忆”的墨墨背单词，还是“真实语境学单词”的不背单词，解决的都是学生和年轻上班族背单词的需求，这点也可以从两款软件的主力用户性质看出，也说明两款 app 具有明显的竞争关系。

d) 商业模式

	墨墨背单词	不背单词
商业模式	增值服务（用户购买单词上限才能继续学习；用户需购买有声例句功能）	增值服务（用户开通收费词典）

可以看出，虽然两款 app 用的商业模式都是增值服务，但是墨墨背单词的增值服务不太友好，如果失去这两个服务，用户将无法继续背单词，因此可能会失去用户好感度。但是两款 app 的盈利模式都过于单一。

5.2 范围层

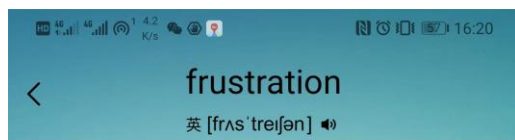
5.2.1 功能对比总览（√表示有；×表示没有；○表示特色）

功能	墨墨背单词	不背单词
背单词	○	○
有声例句	√（需要购买）	√
口音切换	√	√
拼写功能	×	√
词根扩展及词典功能	√	√（需要购买）
统计功能	○	○
每日提醒	√	√
锁屏学单词	×	√
打卡功能	√	√
学习交流功能	√	×
词汇量测试	√	×
记忆模式功能	√	×
反馈评价功能	√	√
补签卡功能	√	×
单词报错功能	√	×
单词收藏功能	×	√
单词书切换功能	√	√
背景改变功能	√	√
随身听功能	×	√
单词查询	○	○

5.2.2 功能详细对比

a) 背单词功能

墨墨背单词：



请把英文发音和中文解释说出口
点击屏幕显示答案



分析：

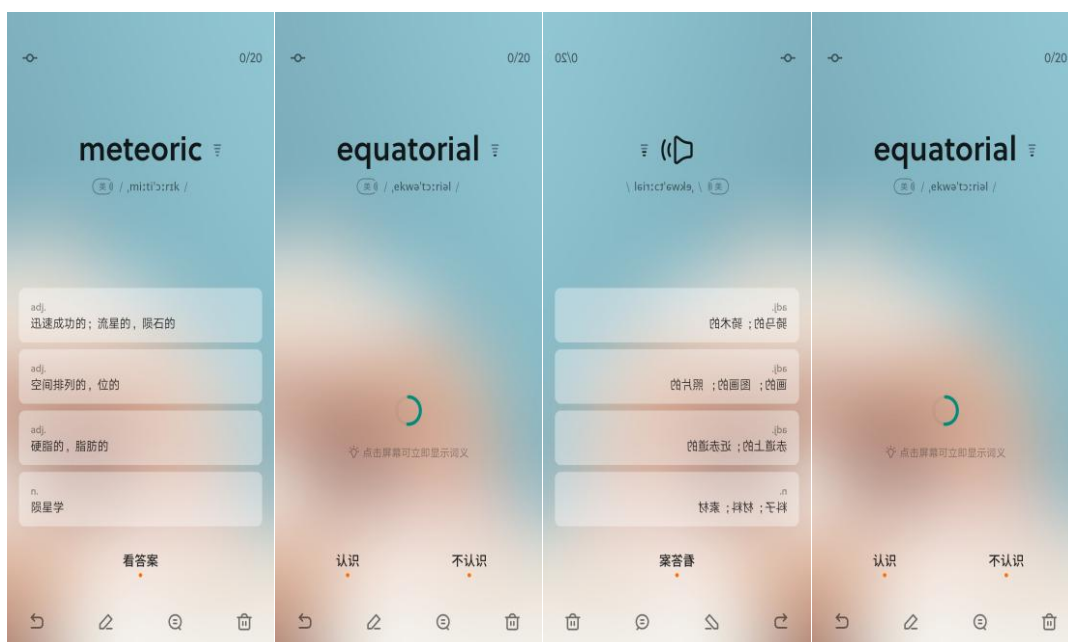
用户需要自觉主动的将英语发音和中文解释读出来，然后显示答案详情，然后根据答案选择自己是否认识。优势：详情页内容丰富，并且有帮助记忆的词根，还有多种词典供用户挑选。劣势：考验用户自觉性，并且比较枯燥，适合较为年长自觉性高的用户。

建议：

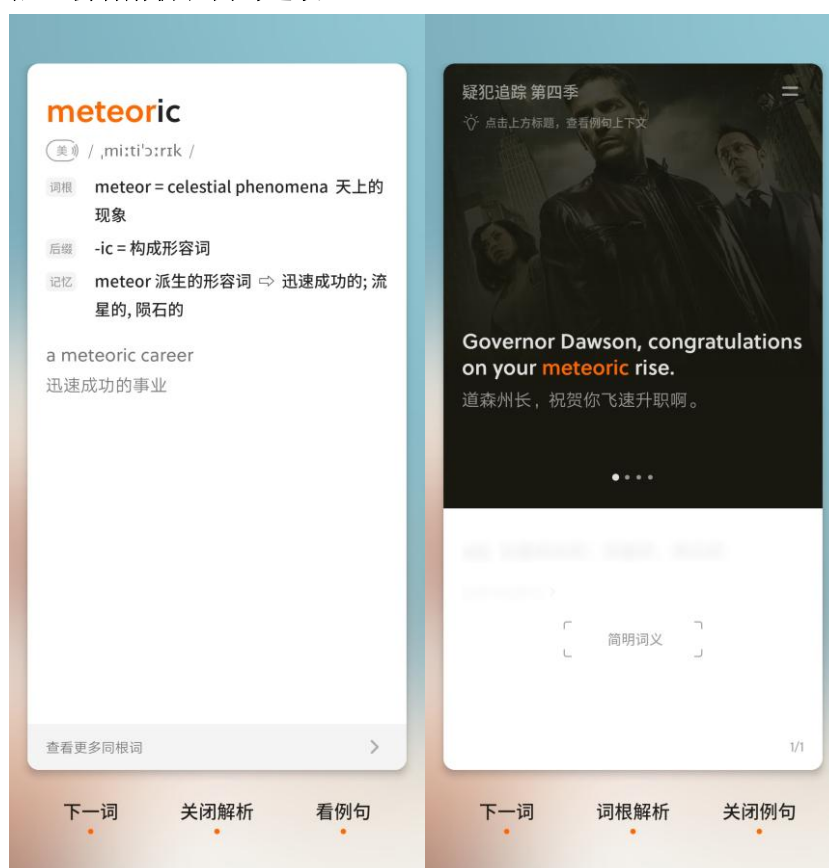
由于许多用户群体为中学生，他们自觉意识有待提高，应该增加背单词过程的趣味性，或者潜在督促他们背单词。

不背单词：

必须对一个单词答对四次才算完成，并且每次形式有所不同，以下是四种形式：



第一次 第二次 第三次 第四次
 每次答完之后，会有解析和例句选项。



解析页 例句页

分析：

可以看出，产品设计者在单词背诵逻辑上下了功夫，多种不同的背单词方式，侧重点不同，也避免背单词过程中的单调乏味。

建议:

可以看出第二次和第四次单词考查方式相同,另外四次重复记忆是否显得过于繁琐,能否取点一次?

b) 统计功能

默默背单词:

默默背单词有三种统计类型:遗忘曲线;学习情况;记忆持久度。



分析:

默默背单词的口号就是高效抗遗忘,通过大数据算法精准规划海量记忆,另外这种曲线模式对于用户背单词有促进作用,比单独的数字更吸引人,更容易让用户进行曲线分享,提高用户量。

不背单词:



分析:

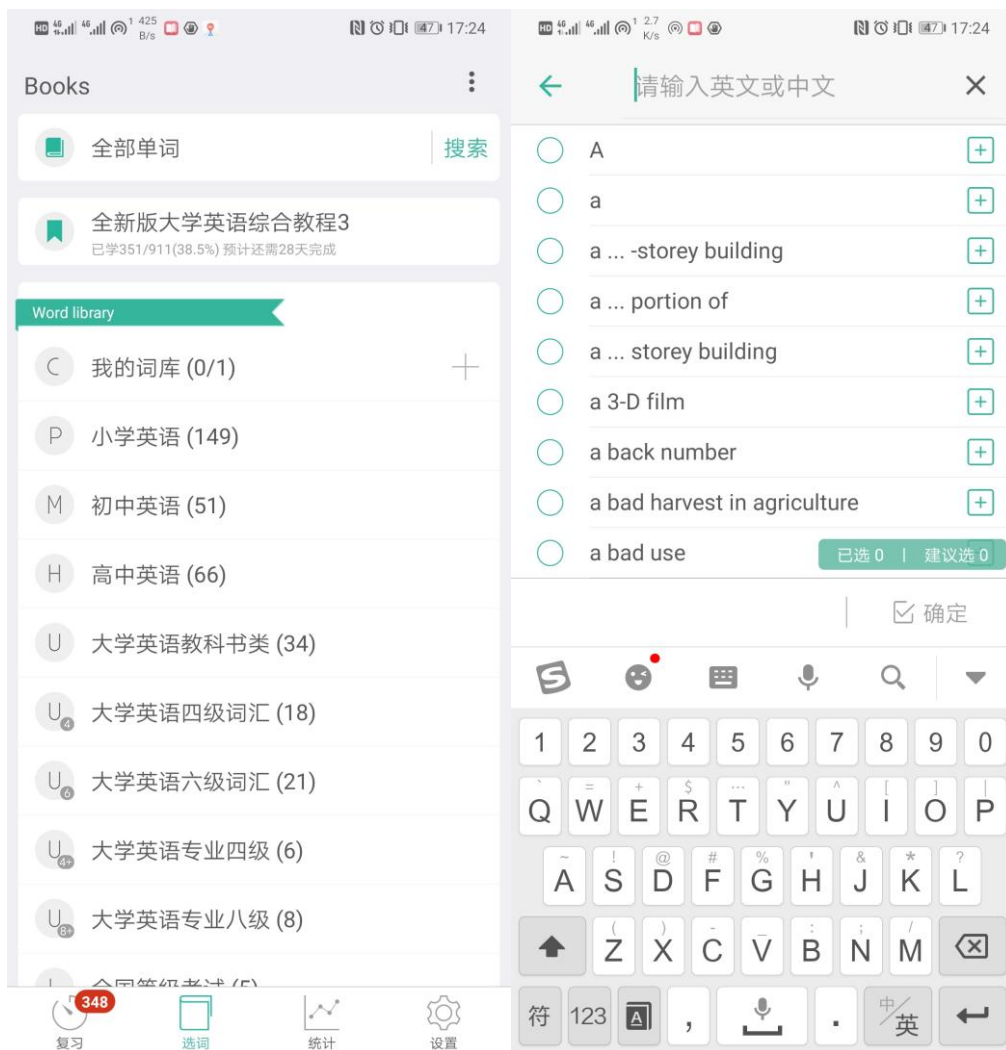
相比于墨墨背单词, 不背单词的曲线模式较为普通, 仅仅统计了单词输入量及学习时长。

建议:

在资源成本许可的情况下, 可以适当增加特殊统计方式。

c) 单词查询功能

墨墨背单词:



分析:

搜索功能在英语软件中十分重要,墨墨背单词的搜索功能在选词模块,没有单独拿出来,比较不明显,也给用户一种不认真的感觉。

建议:

在资源成本许可的情况下,将单词搜索功能放在较为明显简便的位置,或者多个模块都可以搜索。

不背单词:



分析：

不背单词将搜索模块放在首页，但是没有什么搜索标志，对于新用户不够友善。

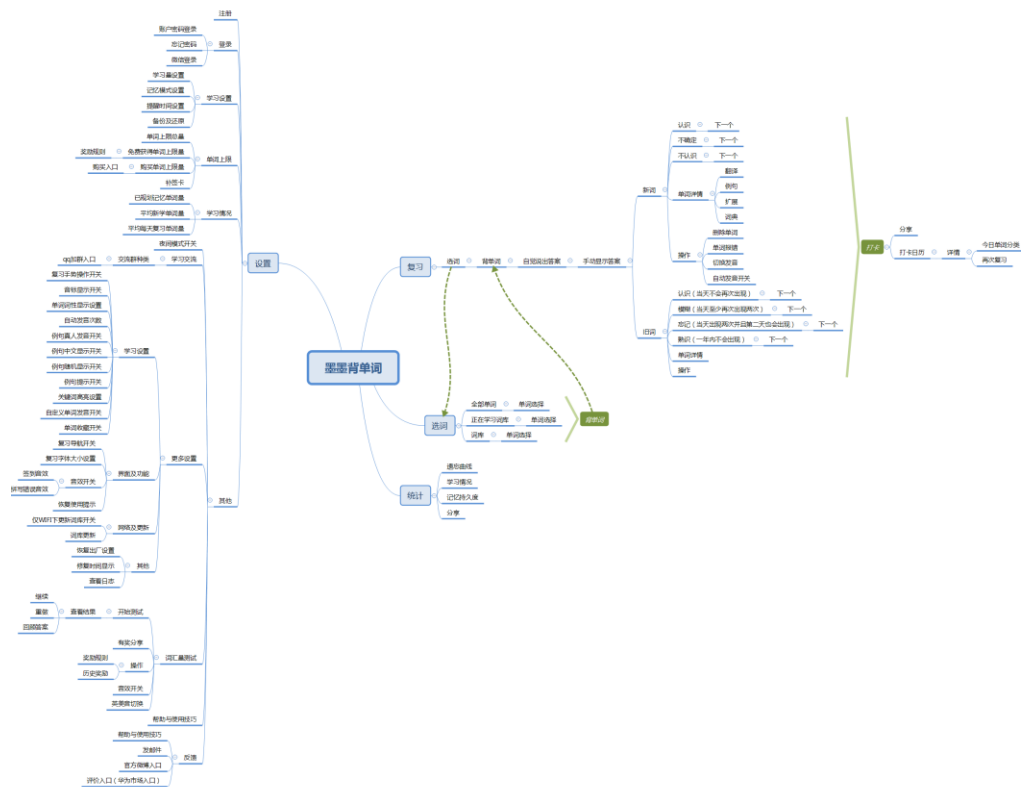
建议：

在资源成本许可的情况下，适当增加搜索标志。

5.3 结构层

产品结构图对比

墨墨背单词(原图单独放在报告外面)：



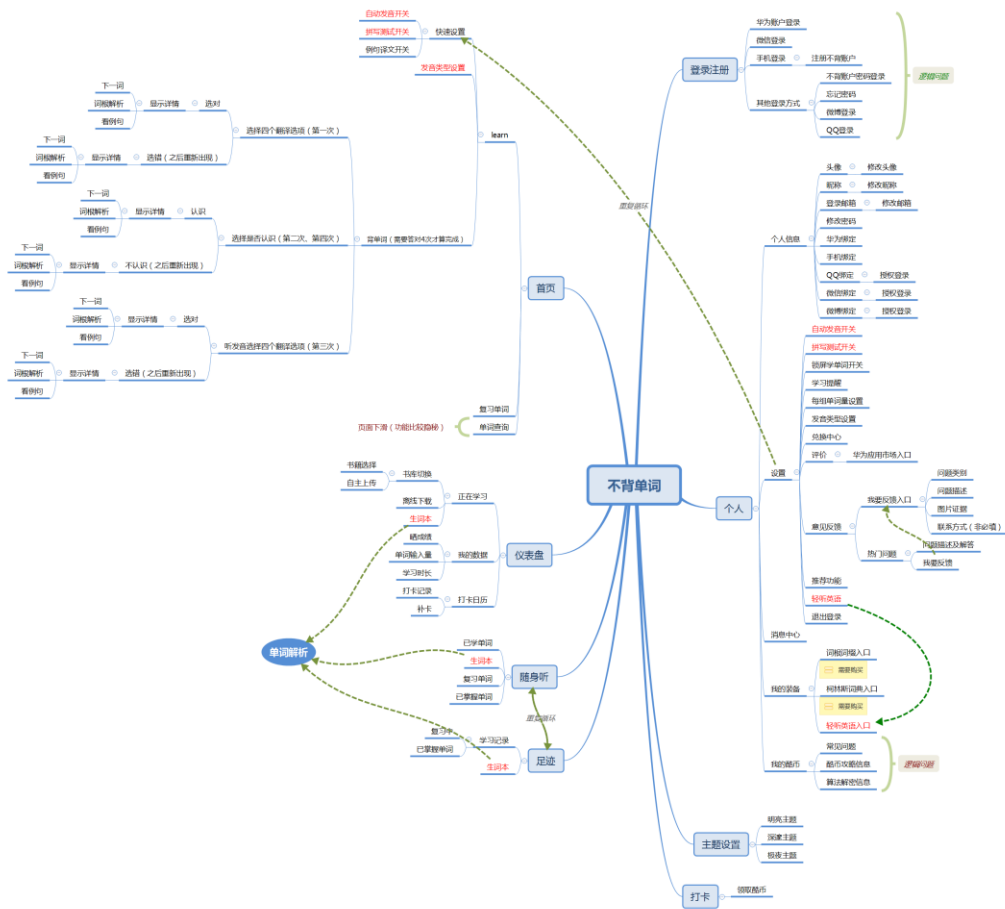
分析:

从产品结构图中可以发现，墨墨单词的整体结构较为合理，逻辑性较强并且所有操作基本上 3 步以内可以完成。但是用户无法自主选择单词加入生词本，无法查看生词本或者错题本，用户过于被动。

建议:

增加添加生词功能和查看生词本结构。

不背单词(原图单独放在报告外面):



分析:

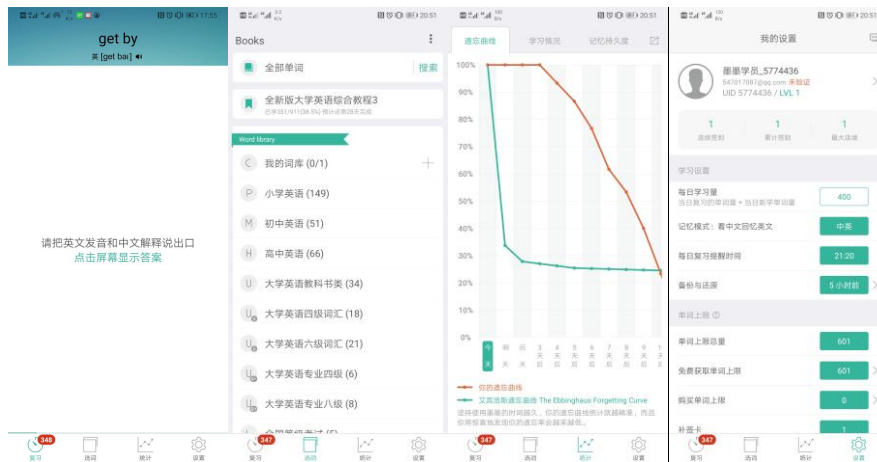
不背单词在背单词流程过程中逻辑性很高，但有些局部结构较为杂乱，在随身听和足迹模块出现太多重复循环功能；另外在登录模块出现逻辑问题，布局错误；在我的酷币模块，内容不合理。另外主题设置占领位置过大。

建议:

1. 随身听和足迹模块功能整合。
2. 登录模块布局调整。
3. 我的酷币模块内容更改。
4. 主题设置功能融合到设置模块。

5.5 框架层

墨墨背单词:



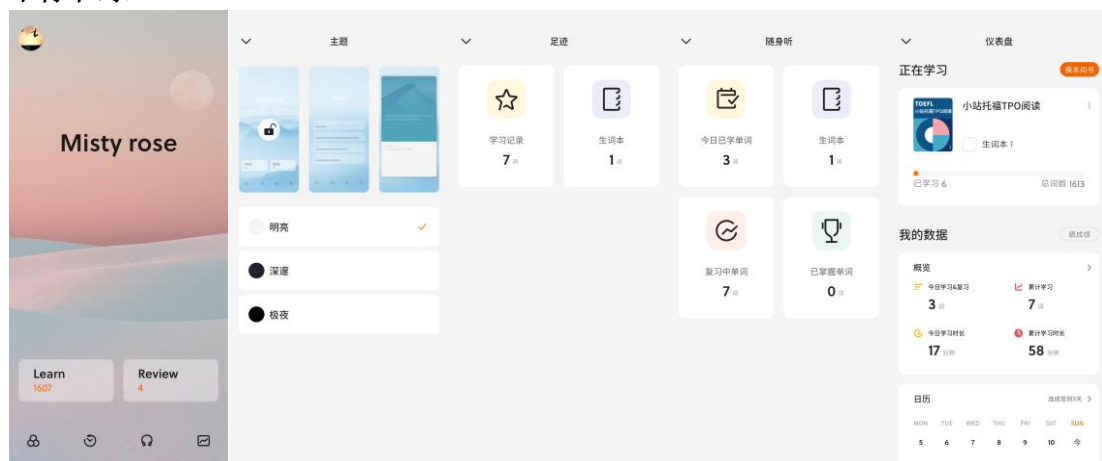
分析:

墨墨背单词的框架布局比较有条理。四个主入口分别是复习、选词、统计、设置。背单词频道被列入主界面，且基本占据整个屏幕，用户一打开看到的就是单词，符合用户需求。另外统计入口列为主入口，可以向用户展示自己的特殊功能。但是单词本身位置过于靠上，不够明显，反而中间位置内容不够重要；选词模块中书籍分类过于杂乱；另外比较重要的单词量测试在设置模块比较不合理。

建议:

1. 主界面单词位置放在中央且字体调大。
2. 选词模块中的书籍分类应该整合一下。
3. 设置中的单词量测试功能比较重要，应该放在选词模块中，这样用户可以参考测试情况进行选词。

不背单词:



分析:

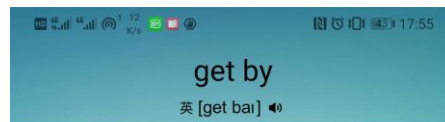
和墨墨背单词一样，四个主入口简单明了，分别是主题设置，足迹，随身听，设置，且背单词功能模块放在主界面内，而且单词位于页面中间，十分明显。但是主题设置占用模块位置过大，框架设计不够合理；另外生词本在两个模块重复出现且没有区分。

建议:

1. 将主题模块移入设置模块。
2. 将随身听模块和足迹模块进行整合。
3. 四个主入口加入中文注释

5.4 表现层

墨墨背单词：



请把英文发音和中文解释说出口
点击屏幕显示答案



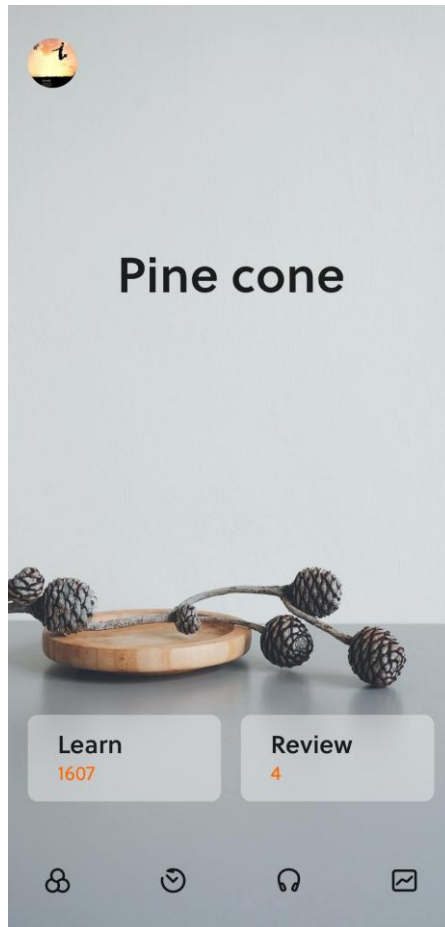
分析：

墨墨背单词的页面布局十分简介，一目了然的设计，让用户有很好的视觉体验。且记单词部分采用色块分明的样式，简洁明了。但由于单词背景颜色为深蓝色，单词为黑色，搭配不够合理，单词不够明显，且单词字体略小。并且主页面背景颜色为纯白色，对视力不好，也没有设计感。

建议：

1. 单词背景颜色调整。
2. 主界面单词字体调大。
3. 调整主界面背景颜色。

不背单词：



分析:

不背单词界面框架为矩形边框，并且带有些许圆角，有非常好的界面友好度。而且主界面背景图片颜色十分舒适，并且不会影响中间单词，另外图片会在下次打开时随机改变，缓解用户审美疲劳。但是下面四个主入口只有图标，且图标含义不够明显，对新用户不够友好。

建议:

四个主入口加入中文注释。

6. 总结

A. 墨墨背单词

优势：

1. 量身定制的抗遗忘策略。
2. 绝对自由的词汇添加。
3. 较为合理的产品结构。

劣势：

1. 商业模式不够好，可以向不背单词学习，所提供的增值服务对用户的必要性不能太高，留住用户才是第一位。
2. 背单词模式比较枯燥，不适用于年龄较小的用户。
3. 确实单词拼写功能，单词拼写是单词 app 的主要部分。
4. 表现层设置有不合理地方，需要优化。
5. 框架设计有不合理的地方，需要优化。

B. 不背单词

优势：

1. 海量有声例句，让用户身临其境背单词。
2. 背单词模式有趣多样，减少背单词的枯燥乏味。
3. 盈利模式对用户较为友善，提高口碑。
4. 界面设计和交互设计较为合理。

劣势：

1. 盈利模式种类太少，针对用户范围太窄。
2. 单品结构层设计有局部不合理的不地方。
3. 确实单词拼写功能，单词拼写是单词 app 的主要部分。

最后，竞品分析不只是一要比较两款 app 哪个更好，三人行必有我师，学习对方好的地方才是重点。