



Snapchat 的阅后即焚： 从颠覆规则到建立规则

 腾讯科技  X-Company.Ltd

2014年02月25日

【内部档案 请勿收藏  和分享 】

议题：Snapchat如何吸引年轻用户？

01 X-Company.Ltd定位

X-Company.Ltd是腾讯科技频道旗下的虚拟公司，本期扮演一家移动社交应用开发商。公司过去开发的产品在年轻用户中反响一般，想通过分析Snapchat来了解年轻人的想法。

02 公司现状

在应用开发和推广渠道上积累了一定的经验和人脉，但产品创新上明显不足，缺乏让用户记住的设计和功能。随着90后等年轻人逐渐成为移动互联网主力消费群体，我们需要尽快找到能汇聚年轻用户的产品思路。



X-Company.Ltd



Snapchat：“阅后即焚”聊天应用



图片（视
频）拍摄

选择显示
时间（1秒
到10秒）

涂鸦或敲
上文字

选择发送
对象

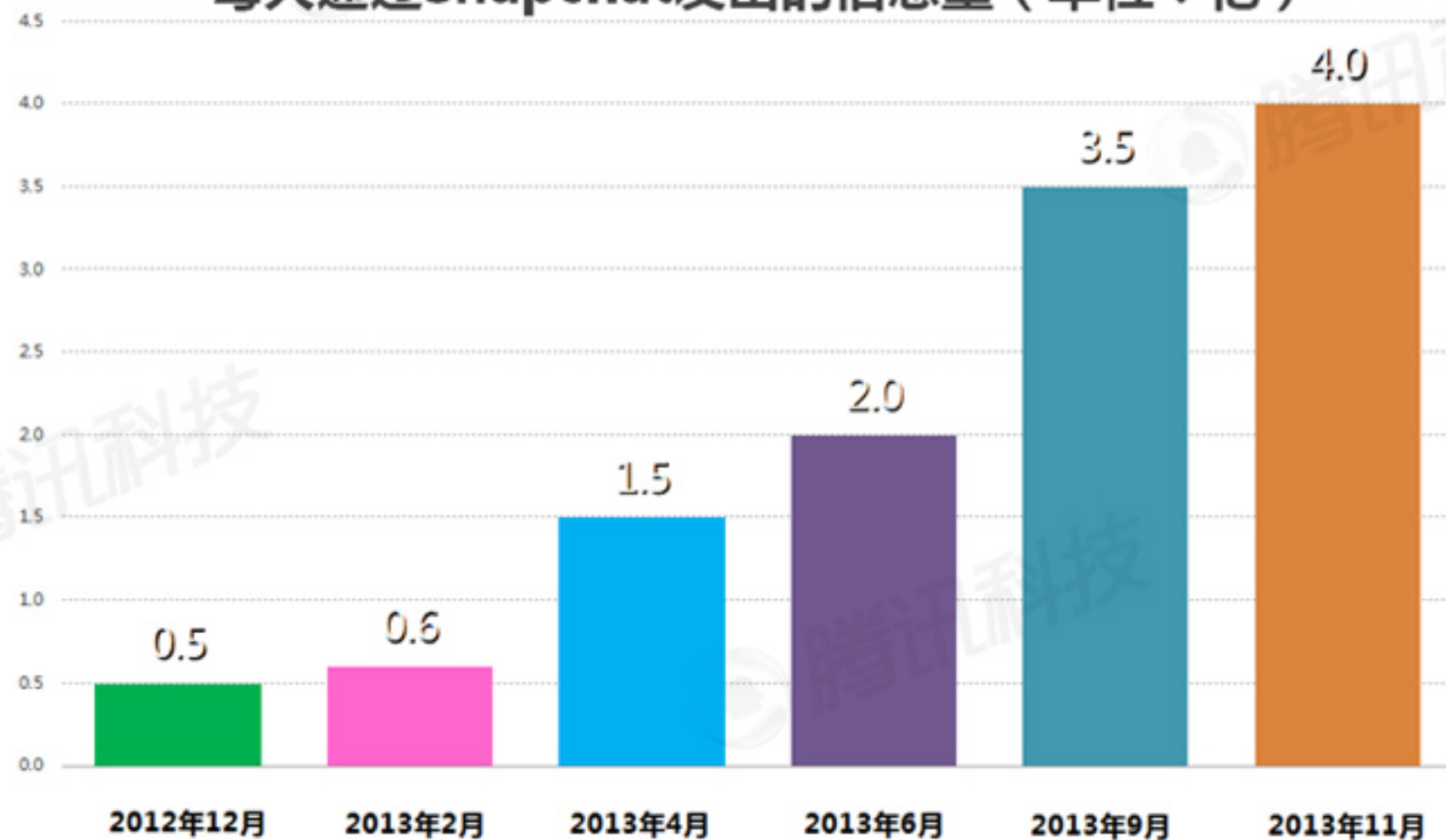
显示最近
所有动作

Snapchat : 最受年轻人喜欢的应用



Snapchat核心用户为**13岁到25岁**的年轻人，女性用户占比**70%**。用户总数从未公布，媒体估算用户规模已超过5000万。

每天通过Snapchat发出的信息量（单位：亿）



2011年，斯坦福大学里一个课程项目

截止到2013年底，员工数30人（15人做产品开发）

2011年7月，产品最初命名为Picaboo

Snapchat开始进入大众视野

2011年9月，Snapchat上线。没有任何媒体关注。

2012年5月，《纽约时报》报道该产品

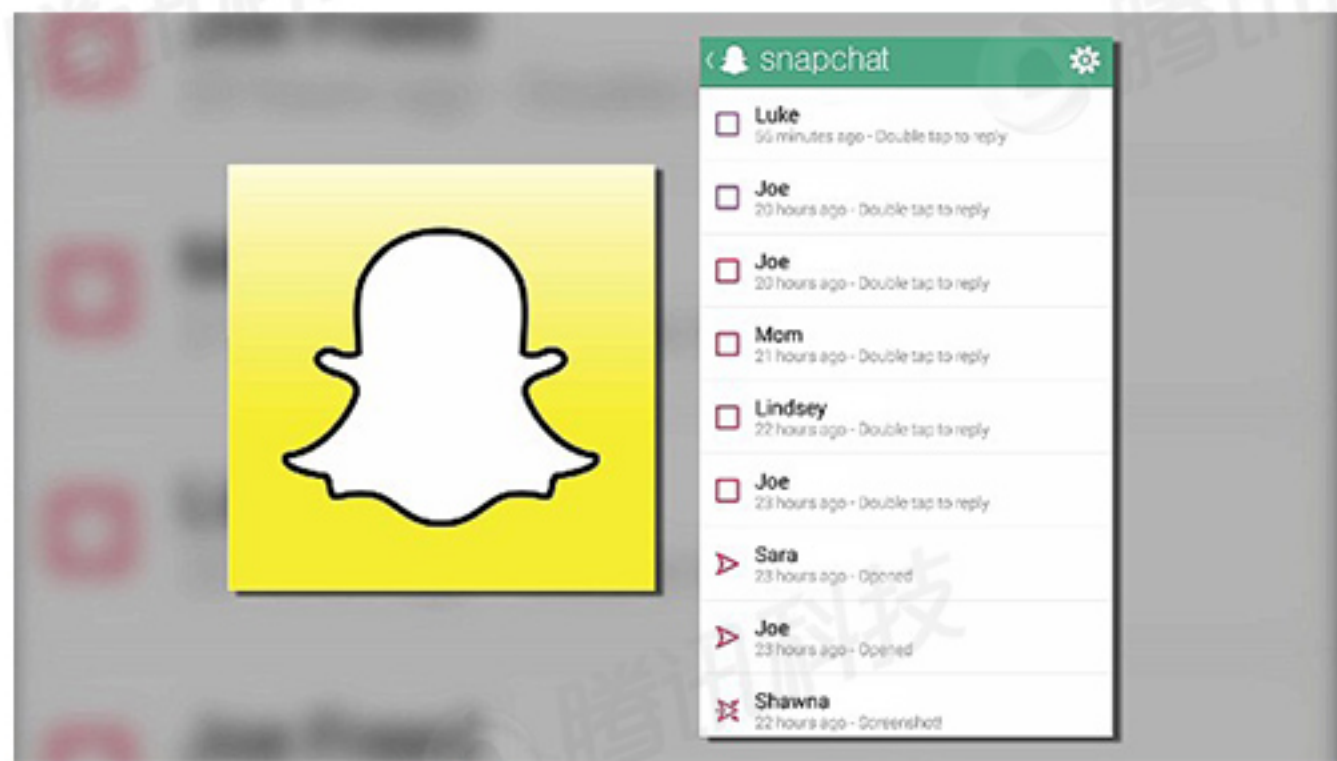
Snapchat 改变了什么？

01 信息自动在手机上“消失”

在Snapchat之前，所有热门社交产品都体现**永久记录**的特点。如果用户不主动删除，这些内容就永久保存在网上。



过去：永久记录用户分享的内容



现在：内容显示1秒到10秒后消失

Snapchat 改变了什么？

02 毫无负担地展现真实自我

分享越来越多，负担越来越大。想鼓励用户分享，就不要让“分享”成为负担。



说这句话显得傻

这张照片太丑了

分享负担

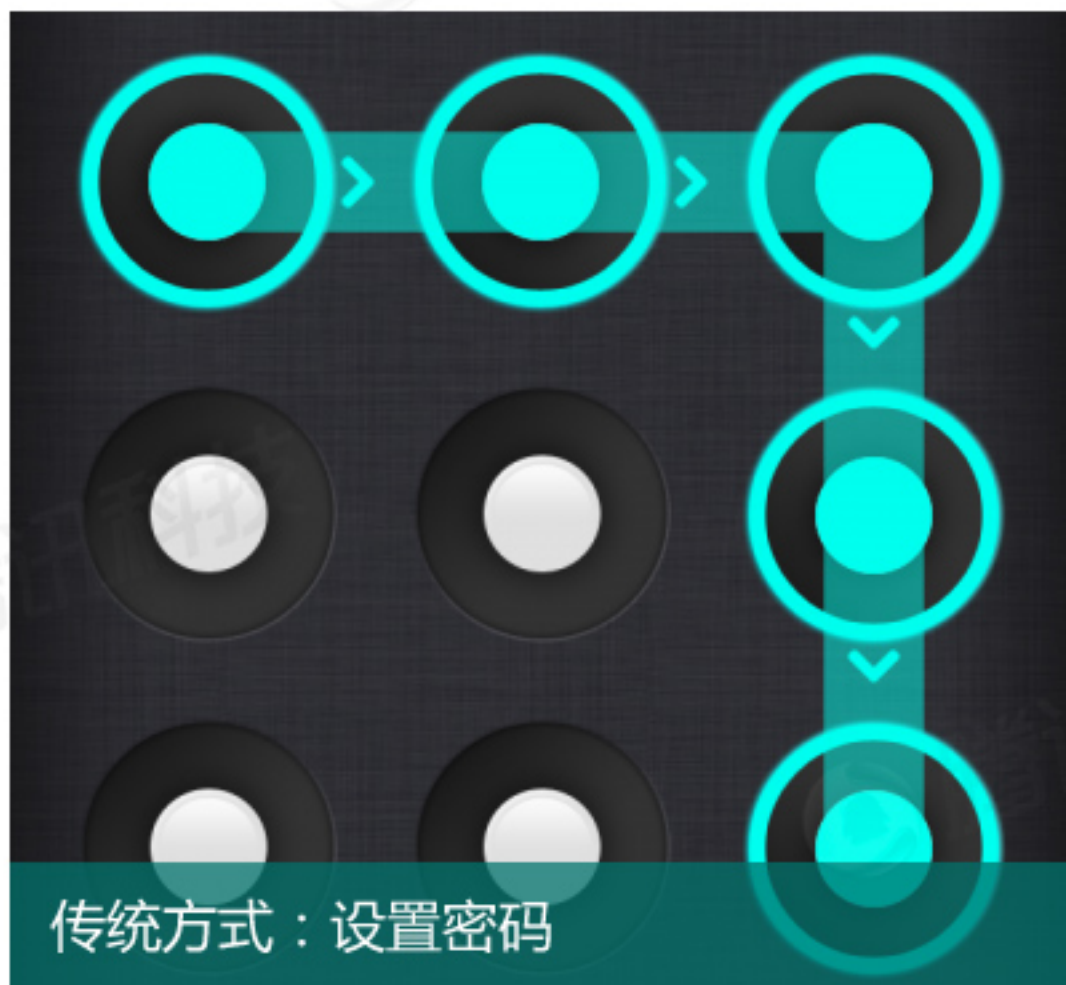
留下把柄会后悔

浪费手机内存

Snapchat 改变了什么？

03 创新的隐私保护模式

传统隐私保护方式：给设备和系统设定复杂密码。Snapchat从**内容**上彻底消除隐患。



Snapchat 改变了什么？

04 最直接和快捷的分享

打开Snapchat，直接进入“拍照”。快速记录瞬间，不要给用户犹豫和选择的时间，让他们进来就能拍。



应用第一界面

信息分享流

功能选择

好友列表

个人主页

Snapchat

No

No

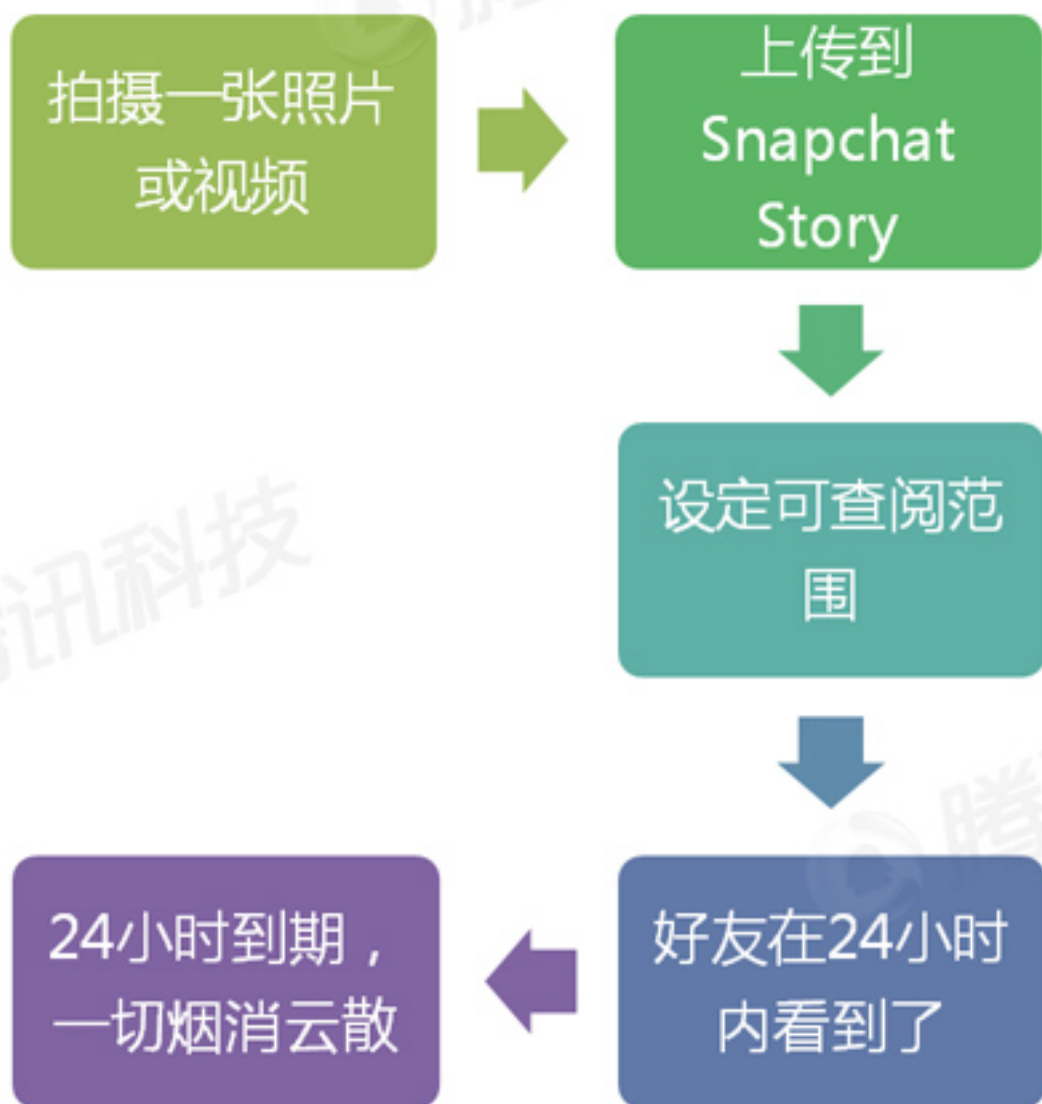
No

No

Snapchat 如何进一步演进

01 做24小时后才消失的“朋友圈”

2013年10月上线Snapchat Story。日活跃用户中超过50%用户都会使用该功能。



Snapchat 如何进一步演进

02 逐渐为用户提供“个性化”操作空间

增值功能或将成为Snapchat未来商业化方式。创始人表示向中国公司腾讯学习。



24小时之内用户可以“反悔”，观看已经消失的图片。

拍照片时可以添加更丰富滤镜(目前仅提供三种)

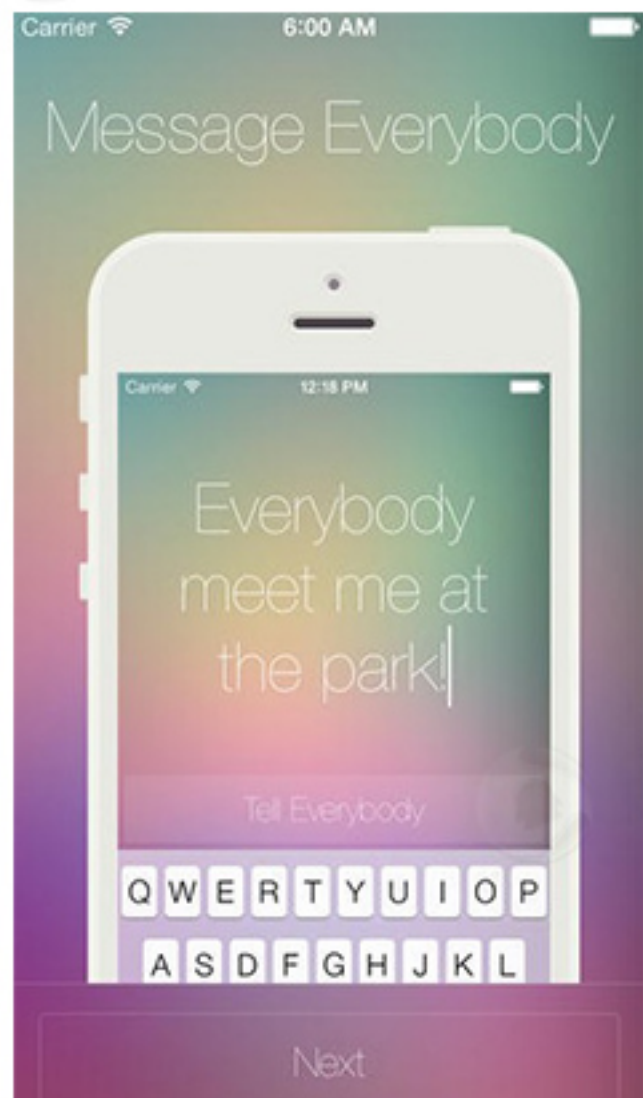
为照片添加水印，显示拍照气温、时间及用户运动速度

个性化

Snapchat 引发的模仿

01 Wut

只能看到好友发送的消息，但大家都不知道这个好友具体是谁。



02 Secret

“秘密”由好友或者好友的好友发布。无法追踪发布者的身份。

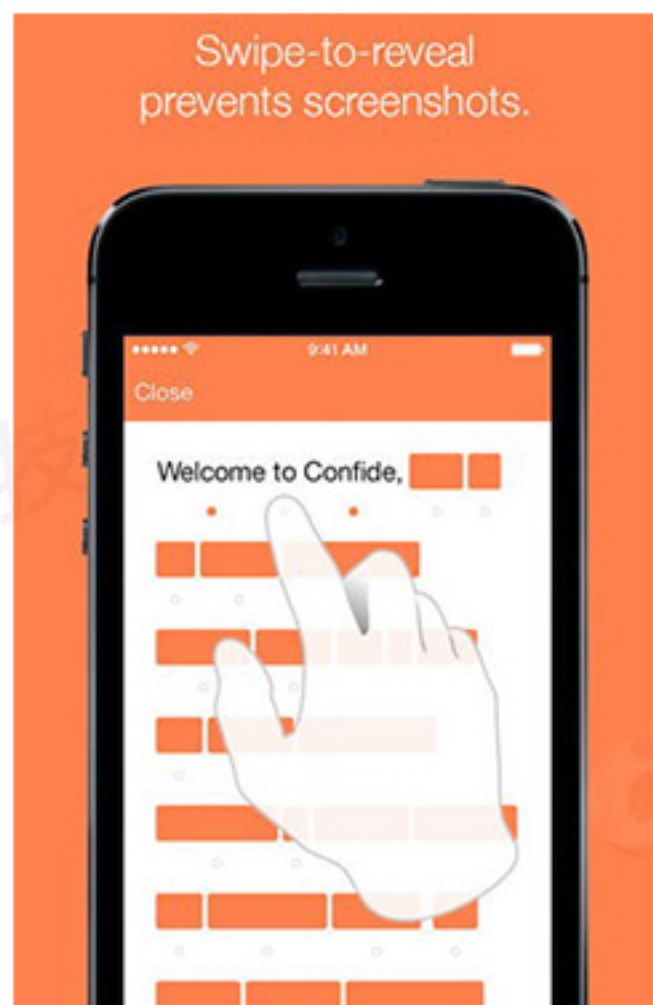
Share with friends
anonymously.



Snapchat引发的模仿

03 Confide

会用色块遮住文字，只有当手指划过相应色块时，文字才会显示出来。



04 Telegram

私密聊天室，超出一定时限后(通常是1至5分钟)，所有的文本都会消失。



从Snapchat身上，我们学会什么

了解 年轻人

和成年人相比，年轻人拥有**更多变化**的可能。从他们身上找到未曾被释放的需求和欲望，并转化为属于自己的产品设计。

渴望获得挑战

喜欢恶作剧和搞怪

讨厌说教

表达个性

简单直接，轻松好玩

够酷

其他.....

其他.....

从Snapchat身上，我们学会什么

成为 少数派

挑战市场现有的规则和模式。

如果有足够的勇气，就去尝试站在大多数人的对面。你可能会失败，但也可能发现与众不同的天空。



Facebook扎克伯格

Snapchat是一个超级有意思的私人社交奇迹，它创造了全新的沟通空间，让人们分享过去无法分享的事物。我们需要有这样的产品。

从Snapchat身上，我们学会什么

让独特 更“兼容”

如果你有幸做出了一个独特的产品并获得了初步成功，那么下一步你要学会**适当妥协**。当你从小众用户身上得到荣耀之后，必然要走向大众群体。

建立新的产品规则：10秒内自动消失

用新的功能放宽规则：24小时候后消失的故事

用户群扩大后提供个性化功能：每天可“反悔”一次

为增值功能留下发展空间：滤镜+文字+水印

从Snapchat身上，我们学会什么

性别 带来灵感

Snapchat上大部分用户为年轻人，其中**70%为女性**。如果你的应用不够独特，那么试试从单一性别角度去寻找灵感。年轻女孩更需要什么？缺乏恋爱土壤的理工科男孩最希望的事情是什么？

女性用户

喜欢聊天
爱社交

不喜欢直白表
露心思

个性化装扮

男性用户

看重实用性

提升魅力

追随女性用户

从Snapchat身上，我们学会什么

了解 人性弱点

张小龙名言：需求满足就是满足人们的贪嗔痴。我们每天都在分析人有什么心理偏好、弱点，我们需要抓住这些弱点，而不是整天弘扬人性伟大美好的一面。

分享的内容并不都是正面美好的

有时想要摆脱一切规则

人没有学习知识的天然爱好

会丢失理性并犯错



感谢关注

扫描左侧二维码或微信搜索公众号
“**BizNext**”，关注《战略档案》，
获取每周两期的深度商业报告！

监制：龙兵华 靳志辉

策划：王 冠 王 鑫

设计：于春慧

【内部档案 请勿收藏  和分享 】