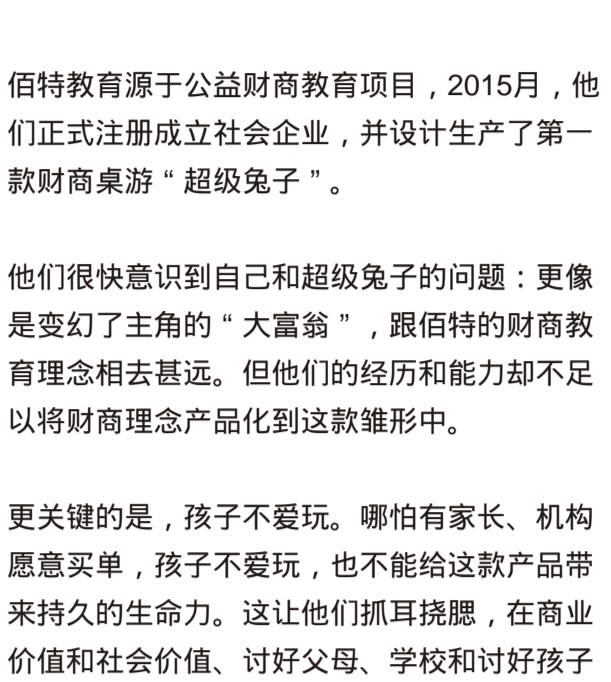


教育 创新设计迭代 财商课程

从爆款产品到战略转型，服务设计助力佰特教育成功从公益组织转型商业机构



背景&挑战

佰特教育源于公益财商教育项目，2015月，他们正式注册成立社会企业，并设计生产了第一款财商桌游“超级兔子”。

他们很快意识到自己和超级兔子的问题：更像是变幻了主角的“大富翁”，跟佰特的财商教育理念相去甚远。但他们的经历和能力却不足以将财商理念产品化到这款雏形中。

更关键的是，孩子不爱玩。哪怕有家长、机构愿意买单，孩子不爱玩，也不能给这款产品带来持久的生命力。这让他们抓耳挠腮，在商业价值和社会价值、讨好父母、学校和讨好孩子之间举棋不定。



洞察&创新

学生、学校、家长，谁才是真正的用户？

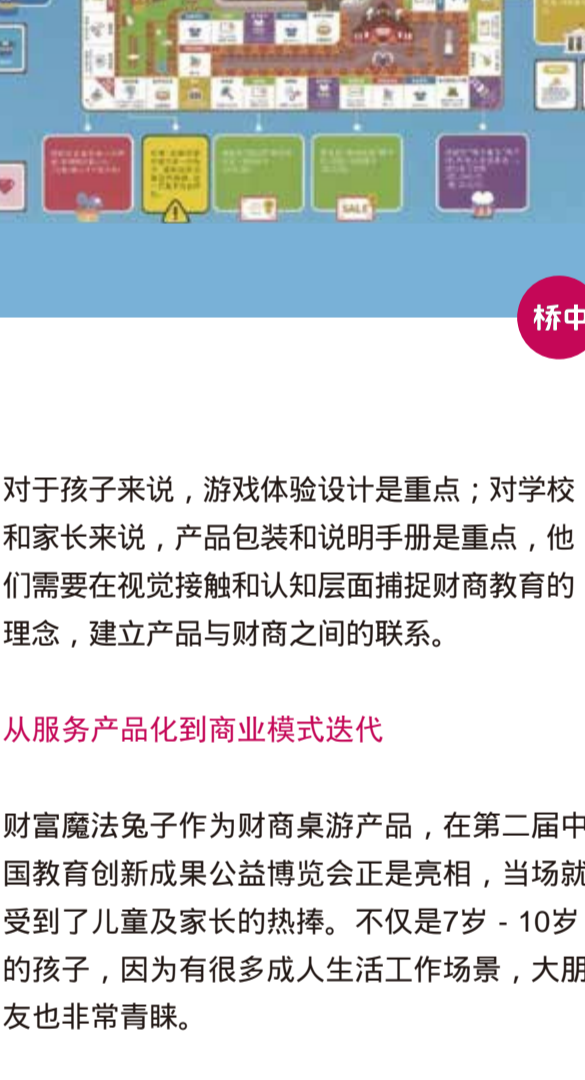
学习是反人性的，而游戏是顺应人性的，让孩子在学中玩，玩中学，看似解决了所有问题。真正的问题是，如何作出一款让孩子愿意玩的游戏。桥中为佰特设计了一场针对性调研，对9组7~10岁的孩子进行用户测试，同时对家长进行深度访谈。

桥中发现超级兔子存在三大问题：游戏架构和逻辑并不清晰，概念缺乏整体性，导致每个环节对应财商知识的传递效果不理想；情节过于简单，面对的风险种类少，孩子玩几轮就穷尽几种可能；互动交流少，孩子的成就感不高。

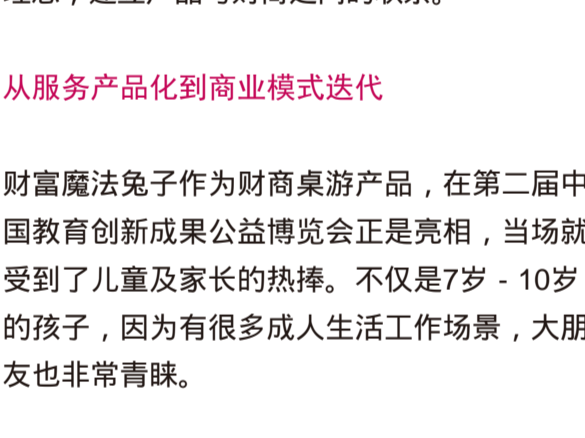
前期测试和访谈后，桥中对目标用户进行再次测试和共创，提出一系列改进建议。最终我们从孩子的视角和心理出发，把需要传达的财商理念归纳成三大核心意识：责任意识、风险意识和创业意识。只有同时拥有足够的金钱、爱心和不同的技能卡，才能成为胜利者，成为合格的经济公民。超级兔子也因此升级为“财富魔法兔子”。

孩子只关注游戏是否“好玩”家长更关心游戏与财商教育之间的联系。照顾孩子（用户）体验的同时，家长和家长（客户）的情绪也不能忽略。

桥中



桥中



桥中

对于孩子来说，游戏体验设计是重点；对学校和家长来说，产品包装和说明手册是重点，他们需要在视觉接触和认知层面捕捉财商教育的理念，建立产品与财商之间的联系。

从服务产品化到商业模式迭代

财富魔法兔子作为财商桌游产品，在第二届中国教育创新成果公益博览会正是亮相，当场就受到了儿童及家长的热捧。不仅是7岁 - 10岁的孩子，因为有很多成人生活工作场景，大朋友也非常青睐。

财富魔法兔子首战告捷，佰特教育将梳理出来的产品思维理念延伸到整个公司，将原先只针对7~16岁的儿童版魔法兔子扩充为3~6岁低幼和16~24岁的青少年版完整产品系列。

佰特做财富魔法兔子的初衷是，财商属于素质教育，教师团队并不稳定，且每位老师领悟和风格各不相同，佰特每年需要花大量时间培养老师，仍然不能保证课程的标准化和传达内容的有效性。

魔法兔子的诞生让佰特领悟到产品的做法。桥中再度协助佰特一起设计落地了金融创客大教室，并与首钢达成战略合作。这之后，佰特给学校提供的不仅仅是一套课程，更是一整套教学解决方案。

桥中

发现&价值

“和桥中的合作，使得佰特教育实现了从课程理念到桌游产品的落地，桌游产品成为重要的教具。”佰特教育创始人王胜表示，“服务设计重新定义了佰特教育。”

2017年，刚刚成立不过2年的佰特教育已经实现自负盈亏，财富魔法兔子辅助其2B市场拓展的同时，为其打开了全新的2C端市场。佰特教育成为2B和2C财商教育市场的第一品牌，获得A轮融资，并开始凯叔讲故事、京东众筹、支付宝小钱袋上销售。

商业思维

答案是什么？
怎么做？
标准化流程

&

设计思维

问题是什么？
做什么？
人的直觉、本性驱使

桥中

佰特教育创始人王胜表示，“服务设计重新定义了佰特教育。”

Insight-based innovation
创新设计 • 源于洞察

T: (+86) 21 5059 6066

上海市静安区常德路 800号
八佰秀创意园区C3幢2楼202室
202, Bld C3, 800 Changde Rd,
JingAn, Shanghai, China

桥中
Cbi China Bridge

www.cbichinabridge.com