# 别卖「错题本」，卖「妈妈的晚间 30 分钟」

V1.0 · 2026-11-13 · 面向团队对齐用的一页纸：打谁、打什么、怎么进、怎么收钱、怎么留、怎么防

## 零 · 一句话

> **打法** 小学版不是「学生的错题本」，是「妈妈的晚间作业流程工具」。所以：不教孩子学习，帮妈妈做判断；不追日活，追每周一张能签字的纸。

这句话决定了后面每一个动作：产品形态、定价、渠道、话术，都是从「妈妈只有 30 分钟、只有一个人决策」这个前提出发的。

## 一 · 打谁：只打妈妈一个人

| 角色 | 在小学版里的位置 | 对她的要求 |
| --- | --- | --- |
| **妈妈** | **唯一用户 + 唯一付费人 + 唯一决策人** | 30 秒内看懂，看得懂就会用 |
| 孩子 | 被叫过来口答 5 分钟 | 不注册、不登录、不设密码 |
| 爸爸 | 不设独立入口，最多看周报 | 不参与，也别挡路 |
| 老师 | **不进系统**，只收那张 A5 纸 | 不接触任何数据 |

小学和初中最大的差别：初中是三方博弈（妈妈付钱、孩子使用、老师下命令），小学是**单点决策**——搞定妈妈就行，但妈妈也最没耐心。

## 二 · 打什么场景：插在「检查作业」的第 3 步

妈妈每晚的真实动作顺序是固定的：

**看作业 → 发现错 → 判断是不会还是粗心 → 讲一遍 → 让孩子改 → 签字**

错题本在她的流程里是第 7 步，太靠后，所以她从来不做——这就是整个品类的死因：**不是工具不好，是用不上**（竞品差评里「收费/会员」32.9%，「功能缺失」只有 21.2%）。

| 第几步 | 妈妈在做什么 | 谁在场 | 我们的位置 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1–2 | 看作业、发现错 | 妈妈 | **拍照入口（P03）** |
| 3 | 判断是不会还是粗心 | 妈妈 | **批改 + 暂定错因（P04 / P05）** |
| 4–5 | 讲一遍、让孩子改 | 妈妈 + 孩子 | **一句话解析 + 5 分钟口答（P06–P09）** |
| 6 | 签字 | 妈妈 | **周日 A5 复盘单（P15）** |
| 7 | 整理错题本 | 没人 | **我们不在这里竞争** |

> **一句话定位** 竞品卖「整理」，我们卖「今晚到底该练哪 5 道」。

## 三 · 怎么进：三个渠道，全部线下或私域

数据已经说明问题：小红书提到小学的评论只有 **5 条**、笔记 12 篇；应用商店 18 条小学相关评论里只有 **1 条低分**。妈妈不在公域讨论错题——她们在群里、在文具店、在托管班。

| 渠道 | 具体做法 | 为什么是它 | 首月量 |
| --- | --- | --- | --- |
| **妈妈群**（主力） | 找 3 个低年级妈妈群，先送 3 天不收钱，只要一句反馈 | 单点决策 + 熟人推荐，转化率最高 | 3 群 / 30 人 |
| **文具店、打印店** | 门口放二维码，扫码领「本周错题卷模板」（一张纸做钩子） | 妈妈每周都要打印，天然高频触点 | 1–2 家 |
| **托管班、晚辅** | 一家机构 30 个孩子，老师用我们的 A5 纸当交付物 | B2B2C，一个机构顶 30 个散客 | 1 家 |

**明确不做**：校门口地推（政策敏感）、投流（客单价 69 元，获客成本必须 <30 元）、K12 大 V 带货（他们卖焦虑，我们卖省时间，调性不合）。

## 四 • 怎么收钱：69 元一学期，一次付清

| 项 | 定法 | 理由 |
| --- | --- | --- |
| 价格 | **69 元/学期，含 2 个孩子** | 小学妈妈对「年费」极敏感，学期制跟她自己的节奏对齐 |
| 计费 | **不限题数，一次付清** | 竞品差评第一是「会员套路」（32.9%），这里直接让出这一块 |
| 免费 | 前 3 天免费，**不做 29 元体验卡** | 体验卡会让她觉得「还没用就要钱」 |
| 退款 | 7 天无理由，不问原因 | 一个差评的传播成本 > 69 元 |

单位经济：69 元/学期 ≈ 14 元/月，成本 2.2–2.5 元/月，毛利约 82%。**不靠涨价赚钱，靠一个妈妈带另一个妈妈。**

## 五 • 怎么留：把「每天」改成「每周」

小学版最反直觉的一条：**不要追日活，追周复盘次数。**

| 机制 | 做法 | 防的是什么 |
| --- | --- | --- |
| 固定 5 道 | 一屏一道，做完就结束，禁止「再来一组」 | 家长觉得任务重，第二天就不来了 |
| 周日一张纸 | 自动生成 A5：本周 5 道 + 答题区 + 家长签字栏 | 做完没痕迹，看不见效果 |
| 签字仪式 | 签字不是监控，是「这周我们复盘过了」的确认 | 变成妈妈单方面的监控，孩子反抗 |
| 星星墙 | 一颗星 = 一道消灭的题，只给自己看，**没有排行榜** | 孩子为排名而做，回到「假学习」 |
| 提醒 | 19:30 一条；连续 3 天没来就降频 | 推送变成压力，直接关通知 |

> **北极星** 家长周复盘 ≥3 次 / 周，且单次 ≤6 分钟。护栏：口答完成率 ≥70%，复盘单打印 ≥1 次/月。

## 六 • 怎么防：四个对手，四个打法

| 对手 | 它的优势 | 我们的打法 | 结果 |
| --- | --- | --- | --- |
| 免费口算 App | 免费、成熟、孩子已经装了 | **不比算题**，比「哪 5 道该练」和「一张能签字的纸」 | 共存 |
| 错题打印机 | 硬件有仪式感，家长认 | 不卖硬件，只卖「打什么」——打印机反而成我们的输出端 | 共生 |
| 托管班 / 晚辅 | 有人盯着，家长省心 | 给托管班供纸，**变成它的工具**，不做它的对手 | 渠道 |
| 豆包 / 大模型 | 免费、讲解强 | **讲解只做一句话**，把战场拉到「验收」和「纸」 | 绕开 |

## 七 • 12 周节奏与首月目标

| 阶段 | 目标 | 关键动作 | 过关标准 |
| --- | --- | --- | --- |
| W1–W4 | 能用 | 只做 12 项 MVP（拍、批、挑、口答、同类、A5） | 自己家孩子能连着用 3 天 |
| W5–W8 | 有人用 | 3 个妈妈群 + 1 家文具店，10 个家庭 | **7 个家庭第二周还在用** |
| W9–W12 | 有人买 | 6 月小升初节点、托管班 1 家 | **≥10 单真实付费** |

首月（W1–W4）三个数字，其他都不看：

- **10** 个家庭装上（不需要付费）
- **7** 个家庭第二周还在用（周复盘 ≥3 次）
- **3** 个妈妈愿意把二维码发到她们班群

> **纪律** 达不到 7/10，不加功能、不改定价、不扩大渠道，先找那 3 个没留下的妈妈聊 30 分钟。

## 八 · 话术卡（照着念就行）

| 场景 | 说法 | 为什么这样说 |
| --- | --- | --- |
| 群里第一句 | 「你家孩子昨晚写作业，最后是你在检查，还是他自己检查？」 | 先问场景，不介绍产品——她回答就意味着有需求 |
| 一句话说明 | 「拍一下作业，5 分钟把今晚该练的 5 道练掉。」 | 20 字以内，说时长和结果 |
| 和作业帮的区别 | 「作业帮给你答案，我这个是给孩子排明天做哪几道。」 | 不否定对手，只划清边界 |
| 问多少钱 | 「69 一学期，两个孩子都能用，不做会员、不限题数。」 | 主动说「不做会员」，先拆掉她最大的戒心 |
| 劝转介绍 | 「你觉得有用的话，把这个码发你们班群，她可以免费 3 天。」 | 给动作，不给压力 |
| 被拒绝 | 「不用没关系，这张 A5 模板你拿去打印，不收钱。」 | 留一张纸做钩子，下次还在 |

## 九 · 五条红线

- **不承诺提分**：一句「保证提高 10 分」就能毁掉全部口碑。
- **不采集姓名、学校、班级**：只存昵称；原图 90 天删除。
- **不在校门口地推**：政策敏感，一次投诉就停业。
- **不做排行榜、不做积分**：会催生表演性学习，和产品目标相反。
- **误判率 >0.5% 不上线新功能**：先修准，再加功能。

> 「老师强制每个人都弄我就觉得形式主义了，然后就弄了两个错题本，一个糊弄老师，一个记我真正要记的题。」
>
> — 小红书评论 · 7 赞 · 这就是「可上交」和「真学习」必须分开做的原因