

## 产品竞争力分析工作策划

工作步骤	流程策划		方法措施	工作内容
1	1. 搜集信息，掌握行业或产品品种的现状； 2. 在搜集、整理、分析基础上，对将来发展趋势进行预测		要求业务（营销）人员及公司负责人搜集市场及产品信息，进行现状分析及发展趋势预测。	营销及业务人员填写按照要求设计《信息收集分析表》
2	1. 产品现状 2. 市场定位		对我厂现有产品（新产品、老产品）现状进行分析，并进行市场定位	组织会议讨论我厂产品的现状及竞争厂家及竞争厂家的产品
3	1. 确定竞争对手 2. 确定竞争产品		1. 找准与我厂竞争的厂家 2. 与我厂对应的销量较大的产品	
4	4.1	产品执行标准	了解执行标准的状况	填写《产品基本情况调查表》
	4.2	质量稳定型	向用户或经销商了解质量稳定情况	
	4.3	产品配套应用性	是否有配套产品，配套效果如何？	
	4.4	新产品研发能力	满足客户产品升级换代的需求的能力	
	4.5	技术保障	为客户提供技术保障的能力	
	4.6	服务体系	1. 服务的组织及运作方式 2. 日常服务的组织及运作方式	
	4.7	供货能力	供货保证能力 1. 及时性 2. 质量保障能力	
	4.8	价格定位	了解产品价格 1. 给经销商的价格 2. 产品售价	
	4.9	品牌影响力	1. 知名度 2. 美誉度 3. 忠诚度等	
	4.10	资质、证书、说明书等	1. 供货资质：许可证；定点供应商 2. 获得的证书：获奖证书情况 3. 产品技术资料：产品说明书；工艺操作规程；作业指导书；安全技术说明书等	
	4.11	包装及 VI 设计	产品外包装设计及视觉形象设计	
5	确定产品的竞争力		找到产品的竞争力和卖点	组织会议进行讨论，总结。
6	找出产品存在的问题		找出产品竞争中存在的问题	
7	确定竞争力提升目标		找到改进产品竞争力的目标	
8	确定产品及市场目标		找到目标市场 找到目标客户	
9	营销策划		进行营销策划	组织会议进行营销的策划，拿出市场运作实施方案。
10	向企业提出需要的支持		由企业提供支持	
11	市场运作		进行市场运作	
12	整体效果评价		根据产品销售情况对产品市场运行效果进行分析、评价和总结。	根据产品销售情况进行评价： ✧ 好：继续保持 ✧ 差：重新进行竞争力分析