商业需求文档

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 文件状态：  [√] 草稿  [ ] 正式发布  [ ] 正在修改 | 文件标识： |  |
| 当前版本： | V1.0 |
| 作 者： | 陈同学 |
| 完成日期： | 2015-06 |

版 本 历 史

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 版本/状态 | 作者 | 参与者 | 起止日期 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

[0. 文档介绍](#_Toc15786741) [4](#_Toc15786741)

[0.1 文档目的 4](#_Toc15786742)

[0.2 文档范围 4](#_Toc15786743)

[0.3 读者对象 4](#_Toc15786744)

[0.4 参考文献 4](#_Toc15786745)

[0.5 术语与缩写解释 4](#_Toc15786746)

[1. 公司目的 5](#_Toc15786747)

[1.1 用一句话描述公司的业务 5](#_Toc15786748)

[2. 问题 6](#_Toc15786752)

[2.1 描述客户的“切肤之痛” 6](#_Toc15786753)

[2.2 简介目前客户是如何应对这些问题的 6](#_Toc15786754)

[3. 解决方案 6](#_Toc15786755)

3.1阐述公司的产品/服务的价值定位如何解决客户的难题

3.2说明公司的产品/服务具体在何处得到实现

3.2提供一些产品/服务使用的具体例子

[4. 时机：为何是现在？ 6](#_Toc15786756)

[4.1 回顾公司产品/服务所应用的领域的历史演变 6](#_Toc15786757)

[4.2 说明哪些近期的趋势使得公司的产品/服务之优越性得到可能 7](#_Toc15786758)

[5. 市场规模 7](#_Toc15786759)

5.1 定义你的目标客户并描绘他们的特性

5.2 用不同的方法测算市场规模

[6. 竞争格局 7](#_Toc15786760)

6.1 列出现有的和潜在的竞争对手

6.2 分析各自的竞争优势

[7. 产品/服务 7](#_Toc15786761)

[7.1 产品/服务描述：外形，功能，性能，结构，知识产权等等 7](#_Toc15786762)

[7.2 产品/服务的开发计划 8](#_Toc15786763)

[8. 商业模式 9](#_Toc15786766)

[8.1 收入模式 9](#_Toc15786767)

[8.2 定价 9](#_Toc15786768)

[8.3 从每个客户上可获得的平均收入或其终身价值 9](#_Toc15786769)

8.4 销售和渠道

8.5 现有客户和正在开发的客户清单

[9. 团队描述 10](#_Toc15786770)

9.1 创始人和核心管理层

9.2 董事会成员和顾问委员会成员

[10. 财务资料 10](#_Toc15786771)

10.1 利润表

10.2 资产负债表  
10.3 现金流量表  
10.4 股本结构  
10.5 融资计划

# 0. 文档介绍

## 0.1 文档目的

该文档用于描述XX逛街助手商业需求。

## 0.2 文档范围

正文描述…

## 0.3 读者对象

适用于开发人员，市场人员及相关合伙人。

## 0.4 参考文献

***提示：****列出本文档的所有参考文献（可以是非正式出版物），格式如下：*

*[标识符] 作者，文献名称，出版单位（或归属单位），日期*

***例如：***

***[AAA]*** *作者，《立项调查报告》，机构名称，日期*

***[BBB]*** *作者，《立项可行性分析报告》，机构名称，日期*

***[SPP-PROC-PIM]*** *SEPG，立项管理规范，机构名称，日期*

正文描述…

## 0.5 术语与缩写解释

|  |  |
| --- | --- |
| **缩写、术语** | **解 释** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| … |  |

# 1. 公司目的

***提示：****用一句话描述公司的业务*

开发一款APP，方便逛街的人了解商场信息、活动，了解商场内商家动态、信息。使逛街更便捷更有效率商家的商品信息能够更方便、更有效地传达到客户手中。

# 2. 问题

## 2.1 描述客户的“切肤之痛”

1）每家商家都在推各自商家的APP，服务内容也参差不齐，如果每个逛街的人到一个商场想要下载一个APP，对于消费者来说手机上装满APP是不切实际的

2）可是偌大的商场分几层不说，要马上找某些品牌的店铺地址，就不那么容易了

**2.2 简介目前客户是如何应对这些问题的**

1）有选择地安装APP

2）要左转右转甚至一路靠鼻子下面的嘴巴问商场的导购员才能找到

# 3. 解决方案

## 3.1 阐述公司的产品/服务的价值定位如何解决客户的难题

基于LBS的商场导购APP。LBS自动定位商品，让买家直达店铺，节省时间，提高购物效率。打开应用通过输入品牌名称，锁定商品自动导航带你直达目的地，可随时了解某商品此前出售过的最低价和最高价，该商品能否讨价还价，更酷的是自动推送商品限时特价，避免错过各店铺推出的限时抢购好时机。所有商场集成一个APP，当消费者靠近商场时能识别其所在商场名称并推送本商场的优惠等信息。

## 3.2 说明公司的产品/服务具体在何处得到实现

公司产品正处理策划开发阶段，前期先在福州除万汇外的商场推广。

## 3.3 提供一些产品/服务使用的具体例子

正文描述…

# 4. 时机：为何是现在？

“国内一线城市的大商场，每个月都有新的App推出来。”从2012年10月份开始，一线城市的大型综合性商店纷纷推出iPhone平台的客户端。消费者只要下载这些商店的App，就能查询消费记录、积分情况以及最新的品牌折头和特惠活动。手机App已经成了商场行业标配，不过每家的功能和操作各有不一样，有的很实用，有点仿佛只是个空架子。基于LBS的导购应用，会是一个比较不错的方向。福州商场APP除万汇外，其它商场未有较好的APP。

## 4.1 回顾公司产品/服务所应用的领域的历史演变

目前有多个商场都开发了APP，主要目的是想让用户随时随地都能知道哪里有餐厅，最近的停车位在哪等等，这些商场APP主要是以介绍商场为主，辅助功能基本是没有的，所以并没有受到白领的热捧，人流量虽多，但是下载APP的数量是极为有限的，同时这些APP也很少看到有人在更新，业内人士表示，APP如果不更新基本上是已经被抛弃了的。天河一家商场APP高管告诉记者，APP之所以不更新，是因为开发APP成本及维护成本极其高，所以商场打算放弃，但是微信互动信息是每天都会更新的。不管是商场还是其它地区的商场都应该要有属于自己的网络平台，比如像京东，淘宝，让平时没有时间去逛街的顾客可以体验网络购物，这个才是商场未来要发展的方向。…

## 4.2 说明哪些近期的趋势使得公司的产品/服务之优越性得到可能

正文描述…

## 5. 市场规模

## 5.1 定义你的目标客户并描绘他们的特性

正文描述…

## 5.2 用不同的方法测算市场规模

***提示：****比如用自上而下法估算可获取的市场规模(total addressable market)，用自下而上法统计可获取的收入规模 (sales addressable market)，或依据市场占有率份额来估计 (share of market)*

正文描述…

# 6. 竞争格局

## 5.1 列出现有的和潜在的竞争对手

正文描述…

## 5.2分析各自的竞争优势

正文描述…

# 7. 产品/服务

## 7.1 产品/服务描述：

***提示：****外形，功能，性能，结构，知识产权等等*

正文描述…

## 7.2产品/服务的开发计划

# 8. 产品/服务

正文描述…

## 8.1 产品/服务描述：收入模式

## 8.2 定价

正文描述…

## 8.3 从每个客户上可获得的平均收入或其终身价值

正文描述…

## 8.4 销售和渠道

正文描述…

## 8.5 现有客户和正在开发的客户清单

正文描述…

## 8.6 产品/服务的开发计划

正文描述…

# 9团队描述

## 9.1 创始人和核心管理层

正文描述…

## 9.2 董事会成员和顾问委员会成员

正文描述…

# 10财务资料

## 10.1 利润表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 资源名称 | 级别 | 详细配置 | 获取方式 | 费用 |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 普通 |  |  |  |
| … | 普通 |  |  |  |

## 10.2资产负债表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 资源名称 | 级别 | 详细配置 | 获取方式 | 费用 |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 普通 |  |  |  |
| … | 普通 |  |  |  |

## 10.3现金流量表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 资源名称 | 级别 | 详细配置 | 获取方式 | 费用 |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 关键 |  |  |  |
|  | 普通 |  |  |  |
| … | 普通 |  |  |  |

## 10.4股本结构

正文描述…

## 10.5融资计划

正文描述…

# 11. 总结

***提示：****给出清晰的结论，便于上级领导决策。*