MRD市场需求文档

1、文档介绍  
1.1 文档目的  
小威“产品”，是父母一手创造的无价“产品”。对社会无益但也不会对社会有害，但相信对互联网来说只有益，不会有害。  
1.2 内容概要  
“产品”的好坏，不是按时间长短来判断的，而是按做为“产品”可以让更多件其它产品面市，同时“产品”会为企业带来多少价值。

2、市场问题和机会  
2.1 小威这件“产品”永远干着打杂的工作，但并不是每个产品都可以为企业打杂。要有企业愿意给你机会为它打杂，同时还必须得打扫的漂亮。不会给企业添加烦恼，只会为之解决烦恼。  
2.2 市场问题  
产品市场需要打杂的，需要有人为产品打杂，互联网发展的需要，是互联网发展的必须品，不论是引进国外的产品理念，还是中国互联网企业发展的需要，小威这件“产品”还是不可或缺。  
2.3 市场机会  
国外的时髦概念，国内大型企业有相关的职位，故无论企业大小都开始设产品经理职务，有很多企业总经理是产品经理，但还是需要打杂的，所以小威这件“产品”会永远存在。  
2.4 产品问题和机会  
这是个不可退货的“产品”，也是个不可替代的“产品”（我永远是独一无二的）。机会是自己创造的，但这个“产品”存在的一天机会永远是有的，同时这个“产品”会不断创造机会，这个才能发挥“产品”最全面的功能。  
2.5 技术问题和机会  
沟通是“产品”最主要的技术，不但要沟通不同的人群，同时还有可能面对肤色问题，种族问题，性别问题，性格问题，所以“产品”技术问题要很全面。机会是自己创造出来的，只有不断的摸索、不断的与人沟通，“产品”技术才会不断的进步，才会认识更多的朋友。

3、市场概述  
3.1 “产品”存在了，就要为企业带来效益，给我5K的工资就要翻倍给企业创造更高的效益。  
3.2 目标市场描述  
互联网市场永远不会落伍，众多企业开始走互联网路线，像我这样的“产品”也会得到市场的认同，同时也会有越来越多的猎头开始寻找我这样的“产品”。  
3.2.1 目标市场特征  
研究生越来越多，本科生已经成群，像我这样的“产品”更是一大把，高学历不代表高能力，记住一句话“学历代表过去，能力代表现在，学习能力代表未来”。  
3.2.2 目标市场趋势  
众多的互联网公司将有越来越多的我这类“产品”，追求最好的互联网公司是发展的趋势，但并不是每个人都可以在大企业生存，适合自己才是最重要的。  
3.2.3 目标市场细分  
　　市场细分 　　　　　　　　　       关键特征S  
大型企业（阿里、百度等）             中国最大、台阶高、分工细  
中型企业（软件、资讯类网站）　　 市场需求量大、适合展示才华、“产品”多用  
小型企业（大部份小型网站）　　　 “产品”即CEO，做的比牛多  
3.2.4 目标市场时间约束  
青春永远有冲劲，“产品”年年辈出，保持活力，同时缩短“介绍期”，延长“产品”的增长期，稳定“产品”成熟期，不要走向衰退期。

4、客户和购买者  
4.1 “产品”需要有人买单，谁也不愿意购买不值钱的“产品”，高额的价值背后是高效的工作业绩。“产品”需要找到适合自己的客户和购买者。  
4.2 目标客户描述  
互联网公司、软件公司等都是“产品”目标客户，客户有选择“产品”的权利，“产品”也要为客户负责的职责。  
4.2.1 目标客户细分  
客户细分 　　           关键特征  
软件公司             系统架构，与技术沟通、寻找用户  
互联网公司　　　 沟通，全局发展观，运营、策划

4.2.2 客户动机  
即买即用，这是客户动机，不希望“产品”中途退货，买了不能用。  
4.2.3 影响因素  
企业文化，工作氛围。  
4.2.4 客户目标  
最好的“产品”适合自己发展的需要。  
4.3 目标购买者描述  
4.3.1 业务决策购买者（BDM）  
带来经济效益、给企业增加销售  
4.3.2 技术决策购买者（TDM）  
创新，激情，团队集体发展

5、使用者和用户原型  
5.1 企业boss是最终的使用者，不是买来摆设的，需要创造利益的。  
5.2 原型特征  
特征项 　　　描述  
原型名字　　 小威  
背景 　　　 产品经理  
技能 　　　 Axure、MM、word、excel、ppt  
环境           适者生存、优胜劣汰  
态度 　　　 激情永在  
行为 　　　 干一行爱一行  
目标 　　　 做最适合boss的“产品”  
备注 　　　 没有最合适的，只有自己不断的改进，达到最好的  
5.3 现实需要  
社会发展需要“产品”，互联网、软件行业少不了“产品”  
5.4 原型联系

6、市场需求  
6.1 互联网永远是个不断有生机出现的市场，软件行业永远会有更新换代时期，这就是“

产品”的市场需求  
6.2 开发环境说明  
熟手上阵是企业最喜欢的，不能做到最熟的“产品”，但希望做到用最短时间适应的“产品”  
6.3 兼容性说明  
“产品”适应性强，生存意识强  
6.4 性能说明  
“产品”身体健康，工作态度端正，学习能力强  
6.5 国际性说明  
暂无出口国外的意识  
7、支持信息  
7.1 “产品”不是万能的，同时需要其它的配合，团队合作才是最根本的  
7.2 文档假设  
如果“产品”适合企业发展需要说明“产品”用的适如恰当，如果阻碍发展，将是“产品”的悲哀，但相信“产品”只会给带来好的方面  
7.3 参考资料  
这是“产品”磨练过程，不是很长，但相信“产品”总有适合的一点  
7.4 产品体系  
“产品”只有被伯乐识别才是真正的“产品”

做一件真正满足市场的“产品”，努力！