

[__项目名称]

商业需求文档

文件状态： <input checked="" type="checkbox"/> 草稿 <input type="checkbox"/> 正式发布 <input type="checkbox"/> 正在修改	文件标识：	Company-Project-RD-UR
	当前版本：	X.Y
	作 者：	
	完成日期：	Year-Month-Day

目 录

1. 摘要.....	3
1.1. 文档目的	3
1.2. 参考文档	3
1.3. 术语与缩写解释	3
2. 项目的价值.....	4
2.1 社会价值	4
2.2 商业价值.....	4
2.3 用户价值	4
2.3.1 市场价值	4
2.3.2 投资价值	5
2.4 项目价值分析总结	5
3. 路线规划.....	5
4. 历史回顾.....	5
5. 项目预算.....	6
5.1. 研发成本	6
5.2. 运营成本	6
5.3. 营销成本	6
5.4. 风险评估	6
6. 总结.....	6

7. 附件（调查报告图表）.....7

1. 摘要

1.1. 文档目的

阐述项目的商业价值，该产品被开发出来的重要性。

1.2. 参考文档

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：

[SPP-PROC-PP] SEPG，需求开发规范，机构名称，日期

1.3. 术语与缩写解释

缩写、术语	解 释
...	

2. 项目的价值

摘要

2.1 社会价值

造福全人类？

2.2 商业价值

- 1、我可以为企业创造什么样的价值？
- 2、这些价值是否符合企业的整体战略目标？

提示：

- 1、 一定是可以量化的，显性的。
- 2、 商业价值，不一定是赚多少钱。可能是牵制竞争、可能是做基础\长线的搭建、可能是为了生存...
- 3、 当短期商业价值伤害了长期价值的时候，如何平衡？
- 4、 什么钱可以赚？什么钱应该分给伙伴？
- 5、 获取了这个价值的时候，给客户返还了什么样的增值。

2.3 用户价值

引领用户潮流？比如说 Iphone；

2.3.1 市场价值

市场份额是否有变化。例如：

[具体的市场名称]市场形式十分复杂，公司的[具体产品名称]产品在上述[各个市场]未来两年内的状况是[在此详述]。或者新技术的全面应用将使公司的[具体产品名称]产品扭转[具体的市场]市场局面。所以，公司的产品有在当今[具体的市场名称]市场上继续占领的机会。

2.3.2 投资价值

我们将全面进入一个新兴的领域？

2.4 项目价值分析总结

3. 路线规划

产品的发展需要一个过程，特别是互联网产品它是长期迭代成长的。这个过程需要提前进行规划，虽然规划绝大部分时候会在发展中被改变，但必须去做，不做连被改变的机会都没有。

我先满足什么需求？再满足什么需求？为什么？

2、每个阶段的核心价值是什么？

3、执行计划(时间...)？

-

提示：

- 市场的发展趋势是什么？竞争关系如何？
- 在这个过程中你的客户会如何发展\成长？
- 如其他产品、环节之间的关联关系是什么？如何配合？
- 要有大格局，但提倡分阶段迭代实施，提倡小项目。

4. 历史回顾

没有历史的记录和回复，反复的重新开始，会造成极低的工作效率，更会造成反复的重复劳动、重复错误。对于已有产品（或项目二期），必须重点回顾该产品之前的发展历史和背景。

1、客户价值和商业价值是否发生了变化？

2、二期产品的路线规划和原规划是否一致，（如有调整）调整原因是什么？

3、之前的实际运营效果和计划的差异是什么？为什么？

5. 项目预算

摘要

提示：获利 = 商业价值 - 成本。做产品就好像再投资一个项目，对于可能需要付出的成本必须进行合理估算，才能做出合理决策。

5.1. 研发成本

5.2. 运营成本

5.3. 营销成本

5.4. 风险评估

6. 总结

客户价值、商业价值、成本估算，都应该有可以评估的方式、方法。每个阶段都需要有明确的目标。

- 1、为什么制定这个目标？这个目标是怎么推算出来的？
- 2、如何显现这个结果、数据？
- 3、凭什么可以做到这个目标？

最后，关于 BRD 评审原则：

- 1、一切从客户出发；
- 2、
明确为什么要做？做什么？怎么做？
- 3、提供必要的的数据支持；
- 4、提倡做小产品、小项目；
- 5、
不以获取多少“资源”为前提。

评审内容包括：“产品市场计划书”、关键的用户使用过程 Demo、核心功能的 List

PS：给 boss 演示时，要做成 PPT~~~

7. 附件（调查报告图表）