WoshiPM

[通过迷人的摘要吸引您的读者。它通常是文件的简短摘要。当您准备好添加内容时，只需单击此处并开始键入。]

XXX 竞品分析报告

报告版本-编辑日期

**XXX 竞品分析报告**

报告版本-编辑日期

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 状态 ：  [ √ ] 草稿  [ ] 修改中  [ ] 定稿 | 文件标签： | 竞品分析报告、XXX |
| 版 本： | 2014 ( 1.0 ) |
| 作 者： | WoshiPM |
| 日 期： | 2014-10 |

**编辑历史**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 文件名称： | | | | |
| XXX 竞品分析报告 | | | | |
| 文件说明： | | | | |
|  | | | | |
| 编辑历史： | | | | |
| 编辑时间 | 版本 | 作者 | 编辑内容 | 标记 |
| 2014.09.07 | Build 1 | WoshiPM | 建立文档 | 正常 |
| 2014.09.13 | Build 2 | WoshiPM | 添加格式规定 | 正常 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

XXX公司保密文件，请勿外传

**目录**

[1 背景 4](#_Toc398459682)

[1.1 产品分析 4](#_Toc398459683)

[1.2 竞品对象 4](#_Toc398459684)

[1.2.1 产品直接竞争者 4](#_Toc398459685)

[1.2.2 产品间接竞争者 4](#_Toc398459686)

[1.2.3 同行业不同模式的 4](#_Toc398459687)

[1.2.4 资本雄厚概念炒作的 4](#_Toc398459688)

[2 竞品分析 5](#_Toc398459689)

[2.1 定位和功能 5](#_Toc398459690)

[2.1.1 产品定位 5](#_Toc398459691)

[2.1.2 产品功能 5](#_Toc398459692)

[2.2 设计和技术 5](#_Toc398459693)

[2.2.1 交互和体验 5](#_Toc398459694)

[2.2.2 视觉和风格 5](#_Toc398459695)

[2.2.3 亮点功能和核心技术 5](#_Toc398459696)

[2.3 运营和商业化 5](#_Toc398459697)

[2.3.1 运营模式 5](#_Toc398459698)

[2.3.2 盈利模式 5](#_Toc398459699)

[2.3.3 市场推广 5](#_Toc398459700)

[2.4 用户数据 5](#_Toc398459701)

[2.4.1 用户数量和活跃度 6](#_Toc398459702)

[2.5 策略 6](#_Toc398459703)

[2.5.1 迭代版本和演变 6](#_Toc398459704)

[2.5.2 公司战略 6](#_Toc398459705)

[2.6 优缺点总结和借鉴 6](#_Toc398459706)

[3 总结 7](#_Toc398459707)

[4 索引 8](#_Toc398459708)

# 背景

## 产品分析

包括产品的基本信息，比如产品名称、产品类型、语言版本、网址、微博等；公司背景，比如公司资本、产品技术、市场、团队运营情况等。

## 竞品对象

### 产品直接竞争者

这里包括了市场目标方向一致、客户群体针对性极强、产品功能和用户需求相似度极高的竞争者

### 产品间接竞争者

市场客户群体目标不一致、但在功能需求方面互补了你的产品优势（也或者是你互补别人产品的）、但又不是主要靠该产品价值盈利的。

### 同行业不同模式的

比如 B/S互联网模式和行业解决方案及单机C/S客户端，一锤子买卖和长期靠服务收费的。

### 资本雄厚概念炒作的

观察到各大媒体平台经常炒作概念和具备行业前瞻性一些团队人才背景、资质、规模非常有潜力的企业。

# 竞品分析

## 定位和功能

### 产品定位

这一步需要确定不同形式和行业的用户对产品的不同诉求，明确用户需求。

### 产品功能

根据用户需求，确定切实可行的产品功能。

## 设计和技术

产品定位和需求分析的基础上，设计合理的视觉交互、颜色、风格等。

### 交互和体验

### 视觉和风格

### 亮点功能和核心技术

包括产品的特色功能，以及其中涉及的一些核心技术。

## 运营和商业化

### 运营模式

### 盈利模式

### 市场推广

## 用户数据

用户数据可以反应产品的活跃度，健康度，留存率等。用户数据分析对产品定位调整、运营方向调整等都有很大的作用。

### 用户数量和活跃度

#### 转化率和健康度

#### 在线时长

#### 地域差异

## 策略

### 迭代版本和演变

### 公司战略

公司战略一定程度上决定了产品的形态，以及产品可以做到什么程度等，是不可忽略的一个重要因素。

## 优缺点总结和借鉴

在每一个阶段都有优缺点对比分析，通过详细的优缺点分析比对，对产品方案，需求等方面的调整都有很大的帮助。

# 总结

# 索引

标明引用的相关文件、网址和索引