产品规划书

1. 产品概述
2. 市场分析
   1. 产品的背景
   2. 产品的市场概述
   3. 产品的市场需求
   4. 产品的市场定位
3. 产品的发展规划
   1. 产品的发展蓝图
4. 产品研发规划
5. 市场营销规划
6. 可行性分析

**1产品概述**

1、着重从使用者角度来介绍产品预期的功能和效果；

**2市场分析**

**2.1 产品的背景**

说明来自于市场及用户需求？还是来自于公司的产品发展规划以及技术积累？

**2.2 产品的市场概述**

介绍国内外行业状况、市场容量，分析该产品在市场中的增加趋势，最好有数据分析、对比。

**2.3 产品的市场需求**

分析该产品市场可接受的容量，国内市场在哪，主要市场在那个行业。

**2.4 产品的市场定位**

结合产品优势、企业优势，确定该产品的细分市场定位，明确所面对的用户群体。

（注意：定位一定要找准，对后来产品的需求分析、设计和推广都有严重影响。）

**3产品的发展规划**

**3.1 产品的发展蓝图**

描述产品的生命周期 \产品的更新换代策略以及产品的中长期发展规划， 制定产品的发展蓝图。

描述产品的一些突出优点，这些描述可成为产品将来的卖点，也是后面开发过程中，首先需要把握的部分。

分析该产品的发展对企业成长的重要性，描述该产品在企业发展规划中的位置；

**3.2 产品的版本规划**

每个版本都需要有非常明确的目标和令人感觉明显的差别，并且在每个版本中都应该有突出的卖点。

（一般产品的第一个版本在于突出产品的卖点所在，之后的第二个版本在易操作性、友好性等方面进行加强，之后的版本可能是为了增强功能或性能，但都必须有一些明确地增强产品优势的卖点……。）

**3.3 里程碑规划**

里程碑规划可以是对于版本规划的分解，里程碑可以根据产品的版本规划以及研发、上市计划来确定。

**4产品研发规划**

**4.1 需求分析**

（产品的需求规格说明书---技术需求分析

**4.2 产品设计**

主要给出产品设计的思路、系统框架、工作流程、功能设计等内容；

**4.3 研发计划**

研发资源的配置、研发实施进度安排、测试以及产品包装设计等；

**5市场营销规划**

**5.1 产品上市计划**

制定具体的产品上市计划；明确产品化的阶段目标及每个阶段主要工作内容（月计划，年计划）

**5.2 产品手册**

（包括对产品技术文档、宣传资料、演示程序等的要求）

**5.3 市场推广**

（制定产品市场的推广以及宣传计划，制定产品销售计划，制定售后服务流程及制定计划时所采取的各种策略）。

**6可行性分析**

**6.1 产品竞争力分析**

从公司在该产品上的技术优势、营销优势、行业的认知、企业管理优势等多方面分析与市场同类产品的竞争优势。其中要包括行业内主要竞争对手的产品分析、市场与竞争力分析(最好与对手进行全方位的SWOT分析)；包括公司在产品定位的细分市场或用户群体中的影响力分析。

**6.2 资源要求及保障能力**

公司的已有资源优势、技术基础；这涉及到：人力资源规划、技术储备及外购计划、产品开发及生产相关的设备、资金筹措、市场开发、管理规划等多方面的内容。

**6.3 风险分析及对策**

1、研发资源配置以及关键技术方面的风险问题及应对方案；

2、市场变化风险及对策；

3、外来竞争对手的介入及对策等；

4、资金筹措风险及对策；

**6.4 经济效益分析**

1、产品的生产成本分析

产品生产成本的主要构成因素分析并预测产品的单位成本。

2、项目的产品定价

分析说明产品的市场价格趋势，并给出相应的定价策略；

3、产品的预期生产规模及销量

依据上面市场需求分析的估算

4、预期的经济效益分析(投入回收期,估算)

**7总结**