

# 商业需求文档

<b>产品名称</b>	
日期	
联系人	
部门	
职位	
Email	
联系电话	
<b>文档接收人签字</b>	

**文档修改记录：**

日期	修订版本	修改人	核定人

# 目 录

- 1、文档介绍 .....5
  - 1.1 文档目的 .....5
  - 1.2 内容概要 .....5
- 2、产品绩效 .....6
- 3、市场背景 .....7
  - 3.1 本章摘要 .....7
  - 3.2 市场分析 .....7
  - 3.3 竞争分析 .....8
- 4、长期目标 .....8
  - 4.1 本章摘要 .....8
  - 4.2 企业战略 .....8
  - 4.3 产品战略 .....8
- 5、问题/机会 .....8
  - 5.1 本章摘要 .....8
  - 5.2 市场问题 .....9
  - 5.3 市场机会 .....9
  - 5.4 市场风险 .....9
- 6、销售预测 .....10
  - 6.1 本章摘要 .....10
  - 6.2 销售目标 .....10

---

7、营销目标 .....	10
7.1 本章摘要 .....	10
7.2 营销目标 .....	11
8、营销方案 .....	11
8.1 本章摘要 .....	11
8.2 定位描述 .....	11
8.3 目标市场 .....	12
8.4 产品策略 .....	12
8.5 定价策略 .....	12
8.6 广告策略 .....	13
8.7 推广策略 .....	13
8.8 销售策略 .....	14
8.9 渠道策略 .....	14
8.10 服务支持策略 .....	14
9、培训要求 .....	15
10、财务汇总 .....	15
11、进度安排 .....	17
12、支持信息 .....	17
12.1 本章摘要 .....	17
12.2 文档假设 .....	17
12.3 参考资料 .....	18

# 1、文档介绍

## 1.1 文档目的

本文档旨在对【 产品名 】的规划进行全面和详细的说明。

**本文档是规划活动的总成文档。**

本文档中各项内容均在规划活动中的对应的阶段工作中完成。

## 1.2 内容概要

本文档对【 产品名 】在商业需求方面的内容进行说明，包括：

- 1、产品绩效
- 2、市场背景
- 3、长期目标
- 4、问题/机会
- 5、销售预测
- 6、营销目标
- 7、营销方案
- 8、培训要求
- 9、营销调研
- 10、财务汇总
- 11、进度安排

## 2、产品绩效

以表格形式对产品既往的绩效进行统计和分析。

**注意：**

如果是没有既往绩效的新产品，该部分可不填。

部门			产品线			
产品			市场			
	( )年度		( )年度		( )年度	
	计划	实绩	计划	实绩	计划	实绩
产业总销售量						
本公司总销售量						
占产业销售量比例						
产业销售额						
本公司销售额						
占产业销售额比例						
占公司销售额比例						
销货成本						
毛利						
毛利率						
可控成本						
推广费用						

现场销售成本						
其他营销成本						
杂项可控成本						
净利贡献						
质量指标						
新产品销售额						
目标客户销售额						
价格指标						
每个销售人员销售 额						
产品（线）优势						
产品（线）劣势						

### 3、市场背景

#### 3.1 本章摘要

本章旨在对【 产品名 】所处的目标市场进行综述。

#### 3.2 市场分析

列表说明【 产品名 】所处的目标市场情况。

### 3.3 竞争分析

综述【 产品名 】所面对的竞争情况。

**建议：**

参照《竞争分析文档》中的内容。

## 4、长期目标

### 4.1 本章摘要

本章旨在说明【 产品名 】要实现的长期目标。

**建议：**

参照《产品路线文档》中的内容。

### 4.2 企业战略

综述要实现的长期目标所基于的企业层面的战略。

### 4.3 产品战略

综述基于企业战略，所制定的产品战略。

## 5、问题/机会

### 5.1 本章摘要

本章旨在说明【 产品名 】所面临的目标市场的问题和机会。



---

## 5.2 市场问题

【 产品名 】面临的市場问题为：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、 .....

## 5.3 市场机会

【 产品名 】可以获得的机会为：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、 .....

## 5.4 市场风险

【 产品名 】可能存在的风险有：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、 .....

## 6、销售预测

### 6.1 本章摘要

本章旨在说明【 产品名 】在未来可以获得在财务层面的收益。

### 6.2 销售目标

销售目标为针对不同细分人群可实现的财务目标。

销售目标可以基于企业资源投入的情况分为三种：保守；正常；乐观。

如果负责多个产品，需分别填写。

**建议：**

*基于产品收益预测工作中的成果。*

部门	产品线								
目标顾客	产品 A			产品 B			产品 C		
	保守	正常	乐观	保守	正常	乐观	保守	正常	乐观

## 7、营销目标

### 7.1 本章摘要

本章旨在说明【 产品名 】在未来可以获得的非财务层面的收益。

CPRC-商业需求文档	Page 10 of 18 Pages	Tuesday, January 10, 2017
-------------	---------------------	---------------------------

本文档为 CPRC 版权所有，任何人，任何组织都不得在无 CPRC 授权情况下传播、复制、销售本文档，违者将受法律制裁！

## 7.2 营销目标

【 产品名 】的营销目标包括：

### 1、市场指标

1.1

1.2

1.3

1.4.....

### 2、客户指标

2.1

2.2

2.3

2.4.....

## 8、营销方案

### 8.1 本章摘要

本章旨在说明实现营销目标的具体策略和方法。

### 8.2 定位描述

【 产品名 】的定位为【 】

**建议：**

参照《产品定位文档》中的内容。

CPRC-商业需求文档	Page 11 of 18 Pages	Tuesday, January 10, 2017
-------------	---------------------	---------------------------

本文档为 CPRC 版权所有，任何人，任何组织都不得在无 CPRC 授权情况下传播、复制、销售本文档，违者将受法律制裁！

### 8.3 目标市场

【 产品名 】所面对的目标市场包括：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、 .....

**建议：**

*参照《市场细分文档》中的内容。*

### 8.4 产品策略

【 产品名 】的策略为：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、

**建议：**

*参照《产品组合策略文档》中的内容。*

### 8.5 定价策略

【 产品名 】的定价策略为：

- 1、

2、

3、

4、

**建议：**

参照《定价模型文档》中的内容。

## 8.6 广告策略

【 产品名 】的广告策略为：

1、

2、

3、

4、

**建议：**

参照《产品营销计划文档》中的内容。

## 8.7 推广策略

【 产品名 】的推广策略为：

1、

2、

3、

4、

**建议：**

参照《产品营销计划文档》中的内容。

## 8.8 销售策略

【 产品名 】的销售策略为：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、

**建议：**

参照《产品营销计划文档》中的内容。

## 8.9 渠道策略

【 产品名 】的渠道策略为：

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、

**建议：**

参照《产品营销计划文档》中的内容。

## 8.10 服务支持策略

【 产品名 】的服务支持策略为：

CPRC-商业需求文档	Page 14 of 18 Pages	Tuesday, January 10, 2017
-------------	---------------------	---------------------------

本文档为 CPRC 版权所有，任何人，任何组织都不得在无 CPRC 授权情况下传播、复制、销售本文档，违者将受法律制裁！

---

1、

2、

3、

4、

**建议：**

参照《产品营销计划文档》中的内容。

## 9、培训要求

如果涉及到对目标客户的培训，则说明如何开展培训。

## 10、财务汇总

对产品所涉及的前一年度，目前年度和下一年度的财务层面的情况进行统计、记录和预测。

	前一年度	占销售收 入百分比	目前年度	占销售收 入百分比	下一年度	占销售 收入百 分比
<b>产品销售收入</b>						
降价调整						
销售成本						
销售毛利						
<b>可控营销费用</b>						
广告						
渠道						
<b>推广</b>						
商业展览						
销售支持						
培训						
可控营销费用合 计						
产品经理贡献毛 利						
<b>其他产品费用</b>						
销售团队成本						
分销						



管理						
杂项支出						
其他产品费用合 计						
费用合计						
产品对经常性支 出贡献度增/减 变动率						

## 11、进度安排

说明为实现上述财务、市场、客户目标，所涉及的工作安排、优先级以及阶段成果。

**建议：**

参照《产品年度计划文档》中的内容。

## 12、支持信息

### 12.1 本章摘要

在本章中，说明支持本文档中相关主张、认定、假设和论述的数据。

### 12.2 文档假设

说明在撰写本文档时所有出现的假设。

---

## 12.3 参考资料

如果文档中有重要的参考内容，要用描述或者列表的形式进行说明。