

产品项目策划书案例分析5篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/166198.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

产品项目策划书案例分析篇一

xx成立于20xx年x月x日，是一个由有过从业经历，创业经历的年轻人所领导的团队建立起来的。目前有团队成员x人，分布于xx各大高校，xx的宗旨是一切为了大学生，致力于在xx建立一个网络，通过该网络促进各种线下活动的开展，给xx广大大学生带来真正的实惠。

xx：本科毕业后任职于知名公司，工作一年后辞职，开始创业。有过创业失败的经历，xx是第三次创业。为人具有感染力，做事执著，热情，不甘寂寞，有领导力。

xx：交通大学管理学院在读研究生，项目管理专业，本科时接触各种社团较多，现在研究生会工作。为人较为冷静，思考问题比较周全，善于与人打交道，做事执著，主要负责人事和市场方面。

xx：交通大学在读研究生，主要负责网页设计和技术方面。

xx：交通大学软件学院在读研究生，主要负责网站技术方面。

xx：毕业于西北大学。性格活泼开朗，喜欢一切新鲜事物。

xx：xx电子科技大学在读研究生，企业管理专业，现任研究生会副主席，本科时曾获全国创业大赛铜奖。目前负责人事外联方面。

xx：xx电子科技大学在读研究生，情报专业，现任研究生会副主席，有毅力，工作能力强。

核心成员各司其责，分工明确，特别强调执行力。

xx成立于20xx年x月，致力于服务xx地区所有高校在校大学生。网站的主要内容均取材于大学生生活，“一切为了大学生”，扎根于大学校园，是xx最大的特点也是立足点。作为一家年轻而富有朝气的学生门户网站，其背后是一支朝气蓬勃富有创新思维和战斗力的团队。团队成员均为在校大学生，这使得xx的每一个角落都充满着大学生生活独特的气息。

目前，xx有几家大学生的综合性网站，然而仅提供网上的一部分信息资源，对于我们xx地区的广大大学生来说，并没有提供其真正所需的东西。作为一个地方性的网站却不能提供线下的各种服务，实在是一种极大的浪费作为后起的网站新秀，目前拥有丰富的频道体系，为大学生提供一个了解社会的窗口和在网上展示自我及相互交流的平台。同时面向商家提供一个直接进入大学校园的新营销渠道。这样在校园与社会之间构架出一个双向的通道。xx结合自身优势，不断创新，依托于自身网络平台，通过不断的整合校园资源，为大学生提供最全面的服务通道，为企业提供全方位的优秀校园整合营销服务。简单来说，xx作为后起的网站新秀，其宗旨是一切为了大学生，其理念是以线上促线下，把真正的实惠提供给xx地区的在校大学生们。

xx除了以上团队成员外，还有域名资产，目前已经升值到xx万元；服务器一台，后台程序一套；对内方面（校园）目前各类人员的招聘已经开始，仅在网上发布招聘启事一周，就有xx人应聘栏目编辑，x人应聘ceo，x人希望能有合作；对外方面（商家）已经和几家有了较明确的合作意向；但由于缺乏资金，宣传力度不够，各项工作进展的较慢。（只要xx万的资金）

我们的经营模式目前采用校园ceo和栏目编辑的形式。简单来说校园ceo要在xx各大高校均有一人，全面负责该校的各项线下工作；栏目编辑不一定每个学校都有人，只要保证该栏目总人数达到要求即可。

产品项目策划书案例分析篇二

1、市场分析：目标客户集中的行业与区域

市场总体容量

竞品活动情况

客户采购方式

敌我优势劣势

2、自身分析：产品优势？主打产品以及其所应对的行业

规模、品牌、专业、服务优势提炼

我们的机会在哪里？

年度盈利目标？

通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。

年度目标，季度目标，月度目标

主打产品的比例，利润目标，市场占有率的提升目标等。

1、确定目标市场：

以行业销售为主（利润和稳定市场）；渠道销售为辅（提高知名度，扩大市场占有率）行业主要指：工矿，交通，建筑，消防，制造，工厂等有一定采购规模的目标客户。渠道销售指：区县级的加盟或者代理商。

2、市场开发思路：

a行业销售：

首先确定我公司的优势产品（指市场控制好，价位好，质量好，厂家支持力大，利润操作空间大的产品），确定优势产品所针对的行业，找出行业中的有影响力的客户，整合各种资源进行销售攻关。以此作为我公司的样板和市场的宣传者协助我们撕开市场的裂口。然后以点带面系统性的开发行业客户。

b渠道销售

主要针对区县市场有一定行业和社会关系，有发展潜力的经销商进行盈利模式的引导。开始可以针对不同经销商的不同行业关系进行分类，可以在一个地区发展多个经销商。待市场发展良好，知名度提高后可以采取加盟或者设立办事处等形式进行市场的整合。

c根据情况加以行业和会议等营销手段。

3、在市场开发的同时加大对市场的调研力度，以便及时的调整销售目标和计划的调整。

1、团队组成：

a销售内勤：

b业务员（大客户型+渠道型）

c技术商务支持

2、薪酬制定：基本工资+考核工资+业绩提成+奖金+福利

3、制定销售制度和流程

4、编写培训计划和内容

1、熟悉公司的组织架构，产品，业务流程

2、了解公司目前的市尝销售情况

3、了解公司现有销售团队情况

4、制定销售目标，计划

5、制定业务流程

- 6、制定考核，管理，奖惩制度
- 7、管理和培训销售团队
- 8、考察市场情况
- 9、维护开发大客户
- 10、协调公司各部门，整合销售资源

产品项目策划书案例分析篇三

- 1、让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。
- 2、使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。
- 3、提高品牌知名度和美誉度。
- 4、提高现场售点的产品的销量。
- 5、巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

本次市场调查主要是为××电动车上市推广提供科学的依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。

市场调查实施情况表

调查内容？

- 1、管理层深度访谈
- 2、营销人员小组座谈或问卷调查
- 3、渠道调查：电动车销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策
- 4、终端调查：电动车销售终端类型及特点，终端形象、终端陈列、终端导购、终端促销活动等
- 5、经销商调查：经销商基本情况、代理品牌数量及销售情况、对当地电动车市场的认识、是否有经销新品牌的计划等
- 6、消费者调查：对电动车的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等

调查方式深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等

调查地点_____区域

1、产品定位：品牌定位于中高档系列。

2、价格策略

(1) 利用专卖、加盟保持直接用户价格统一，利于品牌形象的建设。

(2) 保证经销商一定的高利润，可以吸引更多的经销商加入，提高市场拓展速度。

(3) 产品价格介于目标市场上的小品牌与大品牌之间。

1、广告方面

本公司针对××牌电动车推出的广告，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

电视广告以省级台和县级台为主；报纸广告主要是为招商和促销活动的前期造势，同时充分借助行业杂志和行业网站对本公司生产的××牌电动车进行宣传，以达到如下效果。

(1) 在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣

(2) 提升企业及品牌形象

2、促销

在节假日或周末进行促销活动，活动采取多种形式，达到提高××电动车的知名度及销售额的效果。

3、事件营销

(1) 赞助有重大影响的活动

(2) 为相关群体免费提供电动车

1、上市时间：_____

2、上市区域：以xx为中心，向周边地区扩展。

1、将部分优势终端建成4s专卖店，进一步提高××品牌的影响力

2、强化终端形象建设，提高终端销售力

3、提高终端导购人员执行力

1、开通服务热线，妥善处理客户投诉问题

2、设计产品保修卡，建立客户档案

3、定期回访××牌电动车使用者，询问客户建议，提高品牌美誉度，增强顾客忠诚度

4、重视售前和售中服务工作，提高顾客成交率

1、招商部：主要负责整体招商方案的制定，招商活动的执行。

2、市场部：主要负责市场调研、营销策划和广告管理等工作。

3、销售部：主要负责产品的销售、行业一线信息及客户反馈意见的收集。

4、物流部：主要负责零配件的采购、产品的配送。

5、客服部：主要负责客户关于产品技术方面的咨询、产品售后服务工作。

对××牌电动车推广工作大体安排内容如下表所示。

××牌电动车推广工作时间安排

产品项目策划书案例分析篇四

1、公司经营宗旨及目标

本公司坚持诚信为本，顾客利益至上的经营宗旨。我们会时刻关注顾客需求，以公司网站为平台，留意客户反馈信息，为客户提供各种咨询服务。并以市场为导向，加快产品更新速度，从而保证我们的家居饰品的优质与时尚，满足人们追求个性、简洁、潮流的欲望。

靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。相信依靠公司同仁的努力，我们的产品会赢得良好的信誉，在获得丰厚利润的同时，也帮顾客创造出温馨舒适的家居气氛。实现公司与客户的双赢，这便是我们的目标！

2、公司简介

(1) 公司名称：xx

(2) 业务范围：家居小饰品——各式壁挂、藤编花瓶、布质靠垫、陶瓷画、陶瓷花瓶、小地毯、电器套等。

3、公司管理

(1) 管理思想：以质量管理理论为指导，要求人员和产品必须不断完善、学习、成长，同时对经营过程彻底进行再思考和再设计，以便在业绩衡量标准（如成本、质量、服务和速度等）上取得重大突破，完成企业再造。公司采取网络化层级管理体制，实现集权和分权统一，稳定和变化统一，一元化和多元化统一。

(2) 管理队伍：以总经理为管理中枢，下设产品服务总监，市场营销总监、网站技术主管，财务主管。

(3) 管理决策：以总经理为核心召开公司会议，各部门主管参加，共同讨论公司相关事务。涉及公司战略方向选择以及不同工作单元自主性劳动的范围与边界确定等问题，总经理拥有最高决策权。公司管理在强调统一指挥和一定程度集权的同时，也注重分权。工作单元内的一线人员，也就是各部门主管，有权在公司战略参数的范围内自主地处理可能出现的紧急情况。

4、团队概述

我们公司的四位创建者都是在校的女大学生，目前均就读于电子科大人文社科学院行政管理专业。扎实的管理理论功底和深厚的友谊使我们共同设计出了一套严密且分工明确的管理体系，让大家能够各司其职，各尽其责。

以下便是公司四位成员简介：

职务：总经理兼网站技术主管

职务：市场营销总监

职务：财务主管

职务：产品服务

1、目标市场

销售对象主要集中于有一定消费能力的白领阶层，对生活品质和格调有较高的需求和期望，喜欢休闲有情调，更加关注物质以外的生活质量。所以在销售过程中要锁定这种消费群体：高学历收入较高的波波族，新贫族，白领、也包括高中生和大学生。

2、顾客的购买准则

遵守购买时自愿平等，诚实信用原则，用支付宝付款结算，遵守淘宝网的网上交易协议。

产品简介

xx主要从事礼品、挂图、手工艺品等艺术产品销售，产品由xx公司、xx公司生产。xx公司产品有什么系列，某系列有什么型号、颜色，规格。xx公司产品有。

服务细则

承诺：

1、凡在xx购买任一商品的顾客均是本商店的普通会员，普通会员的积分达到1500分（每花一元积一分）时即可上升为贵宾会员，贵宾会员积分达到3000分时即可上升为钻石会员。普通会员可享受9·8~9折优惠，贵宾会员可享受9~8折优惠。钻石会员可享受7·5折优惠并提供免费邮寄或免费送货服务（xx市三环以内）。

2、xx将根据客户自己选择的运输方式，免费代办运输。邮寄费用或长途运输费（含保险费）将

由客户承担。

3、因邮寄或长途运输而造成的货物损失，xx不承担责任。

结算：

4、为确保订单的有效性，xx将在客户订单发出一天之内通过手机短信、电话或邮件确认是否购买，在收到客户准确答复后视为合同生效，货款及其邮费余款应在其2天之内到帐，并在到帐后当天或第二天邮出物品。如因其他原因造成客户费用汇出而我方显示未到帐的，我方将在汇款到帐后发货，或者客户可以提供相关证明证实实际情况的，我方认为合理的情况下在提供证明后3天内发货。

5、客户2天内买下多件商品可一起邮寄。

6、如果客户所购的礼品涉及到特殊设计和印刷及其它方面的问题，xx在接到客户订单意向后，将与客户联系并最后商定价格。（附：所涉及的商标侵权责任应由客户承担。）

7、xx将根据客户会员级别给予折扣优惠，最终价格将在接到订单意向后与客户具体商定。

售后：

8、客户在收到所定的商品时，发现质量问题，若因本店人员疏忽或商品本身质量与说明不相符的，自收货之日起3天内本店为客户无条件包换包修，但客户需承担返还商品的费用，而不需承担再次邮寄费用。

9、客户再收到商品后若不满意xx可以包换，但必须未对该产品设计、材料等作任何改动、并损坏标志印刷，无质量问题不影响再次销售，而且因此产生的费用由客户承担。

10、因客户行为造成的商品外观、包装、性能破坏并且影响再次销售时，请原谅本店将不予退换。

因为公司为网上公司，经营货品占地不大，起步初期可以先根据市场需求作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，故起始资金的投入相对较小，公司预计需要3000（待算）元启动资金，主要用于库房购置、员工培训、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者机构的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。公司预计在未来的一年内收回成本，按每月销售一件产品计算，（平均销售利润率30%计算）。

1、设备费用

pc机（启动投入）：初期拟采用2台一般pc（现成），保证每天8小时有人在线，上网费用，在校期间平均每月投入20元，假期期间共投入60元

软件（启动投入）：100元

租用办公地点（每月投入）：拟租用办公室约20平方米，月租200元（按季付）

设备的启动资金合计760元

将来随着访问率的提高及购买队伍的扩大，将会在已有的淘宝网xx小店的基础上，把网络买卖重心转移至公司独立网站的构建上，就需要提高服务器的档次、增大专线带宽、增加pc机的台数、扩大办公面积等。预计将在一年后追加设备费用。

2、行政费用

人员工资：初期工资为0工资，属于朋友间创业阶段，故以股份形式为个人所有。

宣传费用：印发宣传单每次100份，初步范围为电子科大女生公寓（寓苑和15栋），宣传海报（成华区附近小区和八里小区附近）10份。

通讯费用：估计每月100元

参考资料：网上和货品来源地为参考。车费开支。

行政费用启动资金预合计为150元

3、盈利回报

网络时代，注意力即是经济，猴哥淘手工艺饰品网以指向性强并且相对忠实的注意力为基础，以便实现以下的盈利方式：

收费

在线一口价：以每年有约xx元交易额计算，收取5%劳务费用，年收入：xx元

在线拍卖：（在小有盈利的基础上）以每年有约12件的交易量计算，减少部分劳务费用收取，提高产品美誉度和顾客吸引。

由于我们所采用的是网上经营的方法，因此省去了传统店铺所需的经营费用，我们的资金主要用于商品的采购和运输及仓储。

就我们所知，进货渠道多种多样，有直接从厂家进货的、有从设计公司进货的、有批发市场批发来的，还有连锁经营从总部发过来的。从厂家进货时费用要低一些，因为厂家没有设计能力，产品大多是来料加工和来图加工，产品会比市场略微过时一点。从设计公司进货则要高一点，但可以保证货品的“新鲜度”。批发市场中的拿货价格则遵照了一般原则，给经营者留出了50%的空间。

通过在xx批发市场的调查，我们决定并选择了一家较熟悉的供货商，进货价比零售价低一半，这使我们有足够的利润空间，也降低了经营风险。初步估计首次资金投入为xx元，由我们公司四位成员均摊。

产品项目策划书案例分析篇五

（一）市场环境分析

网上购物已经被众多的网民接受。随着我们网民的大幅度增加，具有一定消费水平的网民也会相对增多。其实，花店网站，就是将在花的实体店铺中的产品展示到网上。网上有相对多的消费群体。特别是伴随互联网长大的xx后和xx后。网下的花店市场就不必多说了。网上的花店市场的大小是根据网下的上网人数+能承受的消费群体+对网络购物的认知人数的多少来决定的。在这一类群体中，20岁至40岁的网民占据大多数。我国花卉业从20世纪80年代开始起步，90年代进入快速发展期。据有关部门统计，目前我国花卉种植面积为xx万公顷，年销售总额达xx亿人民币。特别是近几年，随着我国国民经济的快速发展，我国花卉业的发展速度也明显加快。在广东、云南、广西、上海等地，花卉业已经发展成为当地的一项支柱产业。参加xx昆明世博会花卉研讨会的xx多位中外花卉专家预言，21世纪的花卉大国将在亚洲出现，而且主要是中国。花卉的发展必将推动鲜花业的发展。所以开展电子商务网站有一定的优势。

（二）消费者分析

1有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

2购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种。

3人民群众没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

4受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

5影响产品购买的因素依次为：价格，品种，包装，服务等。

6购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

（三）产品分析

一）产品介绍

花，是一种很美的植物，它无论在什么环境中都能散发出它高贵的气质。在节日的时候，送上一束鲜花，带上一句问候，给朋友的心里增添了无比的温暖，特别是在社会迅速发展的今天，花的用途随之也越来越广了，无论是企业开张，节日庆典，联欢晚会，家居摆设，还是走访亲戚，就连食品中，也能出现它的踪影。花，总是以不同的身份和不同的气质出现在不同的场合，给人们增添了不少的欢乐。

二）产品分类

主要分为：婚礼鲜花、生日鲜花、慰问鲜花、祭奠鲜花、商务鲜花等。

1) 婚礼鲜花：

在婚礼上，鲜花是不可缺少的装饰，珠三角每天结婚的新人有千上万对，所以在婚礼鲜花上的需求也比较大。

2) .生日鲜花：

每天都有人生日，所以生日鲜花永远也不会却市场，也没有谁能把这块市场的大蛋糕一口吃掉，据有关调查分析，在生日上收到鲜花的主要是女性朋友，所以我们可以针对女性来设计适合她们的生日鲜花。

3) 慰问鲜花：

慰问鲜花主要用来探访慰问的场合，慰问鲜花的设计会给人一种有活力，积极的感觉。

4) 祭奠鲜花：

祭奠鲜花的需求量也非常大，祭奠的人每天都有，而且在现实当中的花店很少会有祭奠的花买，这种花主要以白色为主。祭奠鲜花还包括祭奠花圈等

5) 商务鲜花：

这种产品主要用于商务场合，例如：接待贵宾，会场装饰，服装装饰等等。

（一）市场细分

市场细分，就是企业根据市场需求的多样性和购买者行为的差异，把整个市场（即全部用户）划分为若干具有某种相似特征的用户群（即细分市场），以便执行目标市场营销的战略和策略。

细分市场三类群体为，年轻情侣一族：是因为鲜花的定价一般在几十元左右，消费不高可以买个新奇。办公室上班族：因为鲜花是装饰办公室的理想产品。公司团体客户：比如公司周年庆典或者开业时，就可以用到了。

（二）目标市场

对任何企业而言，并非所有的环境机会都具有同等的吸引力，由于资源有限，也为了保证资源有效，企业的营销活动必然局限在一定的范围内，确定具体的服务对象，即选定目标市常企业选择目标市场是在市场细分的基础上进行的，通过分析细分市场要求满足的程度，去发现那些尚未得到的满足的需求，相应确定准备为那些细分市场服务。

“xx”网上花店现阶段的目标市场是主要集中在20~40岁的人群。主要以男性为主，他们接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发