# 单一产品策划思路与格式

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-08-24

*第一篇：单一产品策划思路与格式单一产品策划思路与格式为了初学者制定产品策划时有所依循，下面提出一般性的简化产品策划思路和格式，供初学者参考。1.封面：文案名称，可以有副标题策划人委托单位策划时间2.概要提示：策划方案要点与预期效果3.目录...*

**第一篇：单一产品策划思路与格式**

单一产品策划思路与格式

为了初学者制定产品策划时有所依循，下面提出一般性的简化产品策划思路和格式，供初学者参考。

1.封面：

文案名称，可以有副标题

策划人

委托单位

策划时间

2.概要提示：策划方案要点与预期效果

3.目录

反映策划过程与思路

要求：

（1）思路清晰，能够概括每部分的内容。

（2）有页码

4.前言

内容：

1）策划任务的由来；为什么要策划。

2）简述策划背景

3）策划目标

4）策划指导思想与策划思路

5）执行方案后预期达到的水平

5．宏观环境分析

侧重影响策划产品的政策、人口、经济等内容，影响不大的话，此部分根据策划具体情况可以略。

6.行业背景分析

1）行业发展状况。通过行业背景分析，揭示行业未来发展趋势。

2）行业中各类企业状况分析。揭示该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用

3）竞争分析。揭示主要竞争对手的相关状况。

7.企业背景分析

企业规模；

生产能力；

资金状况；

技术状况；

营销状况；

品牌状况

比较优势与行业中的地位

8.市场环境分析

1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。

2）顾客需求状况

9.目标市场战略之细分市场

A.细分市场的标准

格式：1）按照年龄分(10-20;20-30;30-40)

2）按照地域分（东北；西北；华南）

选择此细分市场标准原因

B.细分市场

格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。

10.目标市场战略之目标市场确定

1）选择目标市场

2）选择该目标市场的原因

3）目标市场顾客特性分析

11.目标市场战略之市场定位

1）列举目标顾客需求

2）主要需求分析

3）描述顾客喜欢的产品形象。要求具体、形象、准确。

12.概念产品

根据完全产品概念描述产品构成的每一部分

格式:

核心产品：功能——

特性——

形式产品：

价格——；

原理——；

材料——；

包装——等等

13.产品方案

1）完整描述产品。最好有产品样图。解决产品是什么样子问题。

2）产品概略营销方案。主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。一般包括

产品诉求点；

渠道方式

促销方式；广告形式、价格档次等等

14．结束语

**第二篇：产品策划思路与策划书格式**

产品策划思路与策划书格式

为了策划师制定产品策划时有所依循，下面提出一般性的简化产品策划思路和格式，供策划师学员参考。

1.封面：

◆策划书的名称；

◆策划委托机构；

◆策划机构；

◆策划人姓名；

◆策划完稿日期；

◆策划执行时间；

◆策划书的保密级别；

◆策划书的编号。

2.概要提示：策划方案要点与预期效果

3.目录

反映策划过程与思路

要求：（1）思路清晰，能够概括每部分的内容；（2）有页码。

4.前言

内容：

1）策划任务的由来，为什么要策划；

2）简述策划背景；

3）策划目标；

4）策划指导思想与策划思路；

5）执行方案后预期达到的水平。

5．宏观环境分析

侧重影响策划产品的政策、人口、经济等内容，影响不大的话，此部分根据策划具体情况可以省略。

6.行业背景分析

1）行业发展状况。通过行业背景分析，揭示行业未来发展趋势。

2）行业中各类企业状况分析。揭示该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用

3）竞争分析。揭示主要竞争对手的相关状况。

7.企业背景分析

企业规模；

生产能力；

资金状况；

技术状况；

营销状况；

品牌状况

比较优势与行业中的地位

8.市场环境分析

1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。

2）顾客需求状况

9.目标市场战略之细分市场

A.细分市场的标准

格式：1）按照年龄分(10-20；20-30；30-40；40-50)；

2）按照地域分（东北；华北；西北；华南）；

选择此细分市场标准原因.B.细分市场

格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。

10.目标市场战略之目标市场确定

1）选择目标市场；

2）选择该目标市场的原因；

3）目标市场顾客特性分析；

11.目标市场战略之市场定位

1）列举目标顾客需求；

2）主要需求分析；

3）描述顾客喜欢的产品形象。要求具体、形象、准确。

12.概念产品

根据完全产品概念描述产品构成的每一部分

格式:

核心产品：功能——；特性——。

形式产品：

价格——；原理—— ；材料—— ；包装——等等

13.产品方案

1）完整描述产品，最好有产品样图，解决产品是什么样子问题。

2）产品概略营销方案。主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。一般包括：产品诉求点、渠道方式、促销方式、广告形式、价格档次等等

14．结束语

**第三篇：产品策划**

在风险控制方面GPP有着丰富的经验，加上强健的资产 负债管理，所以，无论从法律上和公司结构上，客户的资金安全都得到额外的保障：

GPP的客户资金在独立账户存放，绝不与营运资金混用。

只有当客户要求提款时，独立账户里的资金才会被提取。如果GPP不幸破产，客户的资金会被合法地直接退回给客户。

此外，GPP的资产净值大大超过证监会对有价证券经纪商及期货交易商的最低资金要求。

此外，盛宝源给客户提供独立的资金担保，100%保证客户出入金的安全。

特色产品：1黄金 1）----公平公正GPP拥有澳洲政府认可的金融服务供货商认证，是澳大利亚证券与投资委员（“ASIC”）的成员。ASIC是澳洲政府的金融监管机构，GPP FX的ASIC的ID号是：151916344而GPP为澳洲金融服务管理局（FSA）的金融服务供应商。两者俱提供市场独家“至标准报价保证”，保证报价与国际报价机构时刻准确至千分之一范畴。交易绝对公平、公正、公开！

2）-----杠杆效应GPP FX的交易杠杆是1:200。把您的资金放大200倍，让客户可更灵活运用资金。本虽小，利可大。

3）----门槛GPP FX 手数低至0.01，最低只需几十美元（便可进行交易，可以满足客户小额投资的需要。某些平台交易商的最少交易额动辄几百或几千元，与之相比，GPP FX的门槛低很多。

4）---多重保证GPP FX领先“浮动滑点”交易平台，保证挂单及预设单“如价执行”，楺合高端设计与强大策略伙伴，全面提升交易之风险管理能力，不少 交易商经常出现数点至数十点之滑点，与之相比，GPP FX 给你最佳的服务保证。

5）-----公平汇率我们指定账户货币为美元，若客户以人民币存取款项，均以实时银行汇率作兑换，有关详情可参考兑换汇率注意事项。汇率 价格公平公开，本公司绝不收取任何费用。资金达到我们标准户要求，平台出入金手续费，皆我们承担！

6）------方便快捷 网上交易平台24小时提供免费实时报价。客户可随时进行实时市价或委托的双向买卖。出入金皆可在线办理，方便快捷！

7）-----服务 盛宝源提供实时短信指导，投顾一对一服务，提供VIP客户专享服务，短信点对点，专家一对一，及时提供操作策略，为您的投资保驾护航！

2外汇GPP提供创新的外汇交易方式。我们客户可以通过网上银行直接的进行交易。利率采用的是银行的利率。我们采用的不是那种点差达到5点的行为桌面。一切都是实时的。所有的交易完全透明和不记

名的。我们大部分的点差为3-5点。这将使我们的客户比使用传统Forex的人节约50%。对于活跃的投资者来说这将每年至少节约上千美金。

我们充满能量的交易平台使您的公司从市场众多参与者中独立出来.它不但无偿为客户服务，还是同类产品中的佼佼者.交易平台使客户享有最优质的大量图表，追踪订单，直线阅读财政新闻等服务。客户还能同时观看USD/JPY 1分钟,5分钟,15分钟,30分钟,1小时,4小时，全天，1周h和一个月的 交易图表.您只要轻轻点击鼠标，就能立刻执行交易.对于高级的投资者我们提供专家建议服务.这允许客户去制定自己的市场策略,投资者可以让交易自动进行或者当达到理想价位的时候点击程序买进和卖出.系统也允许他们在实时交易之前进行反面测试.GPP,为我们的客户提供一个创新的,能够直接交易的外汇操作工具.通过它可以和世界银行建立连接,可实时的交易每手为10,000--10,000,000基础货币。大宗交易则通过我们的专业人员操作。

GPP, 保证提供优质的维护和最标准的服务,这将使我们的客户能把精力都投入到市场机遇中去,不象FOREX那样有所限制.

**第四篇：产品策划**

XXX产品策划

一、产品描述

1.产品简介（主要功能、性能）

2.产品特色（对比市场已有产品）

3.产品客户对象

4.生命周期、如和何延续

二、市场分析

1.现有产品分析（包括竞争对手）

2.目标消费群分析

3.潜在消费群分析

4.产品资费分析

三、产品定位

1.产品在目标市场上的地位

2.产品在营销中的利润

3.产品在竞争策略中的优劣势

（也可从价格、功能、外形、包装、渠道等方面描述）

四、市场推广

（分阶段阐述推广步骤）

五、效益估算

1.产品资费（成本、售价、利润）

2.产品用户群数量

3.产品潜在用户数量

4.每年产品收益

六、产品开发进度

（列表进行阐述）

七、产品人员列表和职责

（包括产品经理/项目经理、产品策划、技术人员、测试人员、质量检验人员、市场销售人员等）

**第五篇：网络产品策划与推广**

网络产品策划与推广方案总结：

一、新闻宣传

众所周知，主流媒体的正面报道对一个企业和个人有多么的重要。电视台、报纸、杂志、网络新闻媒体等对职业影响越来越大，如何吸引媒体关注？怎样让地方报纸报道自己？怎样让自己的宣传新闻出现在各大门户网站？国内著名院校营销机构——美基营销，给出了答案。

美基营销在媒体公关、政府资源利用等方面的突出表现，结合其对院校营销全面、深入的了解使其成为企业、个人提高知名度、美誉度的首选机构。

美基营销的媒体渠道覆盖了国内多个电台、大部分报纸、网络媒体、行业权威杂志等。其中网络新闻媒体的营销效果尤为显著，各大门户网站，如网易、新浪、央视、中国网、中华网、腾讯、搜狐、人民网等均与美基营销有着密切合作，利用好这些媒体便可准确而高效的为企业、个人服务。

二、搜索引擎推广

网络对人们日常生活影响越来越大，很多人在准备消费之前也会在网上搜寻各种关于此类的企业机构、个人和品牌信息，在做决定之前，网络上收集的资料便成为一个重要的考虑因素。

怎样让人们搜索的信息都是正面、积极向上的呢？企业和个人的“面子工程”要怎么去做呢？其实可以借助美基营销提供的搜索引擎推广服务，让企业、个人、等相关各种关键词，在搜索的时候都显示正面、健康的内容。当然，也可以借助搜索引擎推广来抵制不良信息、负面信息、不实报道等。

三、微博微信营销

微博、微信的事件营销能炒红企业和个人，也可以给企业和个人带来负面影响，美基营销提醒您慎用该方法。不过一些基础的微博微信认证、日常维护及运营也可以让美基营销代劳。

注：做网络推广、网络营销可直接联系美基营销在线工作人员，百度搜索美基营销，进入官方网站后找到工作人员联系电话等便可咨询相关问题。

四、口碑营销

口口相传，一传十，十传百的营销方式由来已久，但是把该方法移植到互联网上时，要注意的事项就很多了。如果希望借助口碑来推广，可以让美基营销的策划人员先为你策划一个可执行的方案。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找