

本文目录

- [什么是竞品分析？](#)
- [竞争分析怎么写？](#)
- [产品分析报告怎么写？](#)
- [消费者分析怎么写？](#)
- [市场分析与预测怎么写？](#)

什么是竞品分析？

竞品是竞争产品。竞品分析的内容可以由两方面构成：客观和主观。萊垰頭條

客观即从竞争对手或市场相关产品中，圈定一些需要考察的角度，得出真实的情况。萊垰頭條

主观是一种接近于用户流程模拟的结论，比如可以根据事实，列出竞品或者自己产品的优势与不足。萊垰頭條

竞争分析怎么写？

1、宏观市场分析：市场上大环境，市场容量多少，有何政策；存在多少同类的企业竞争对手。頭條萊垰

2、竞争对手分析：盈利模式分析。线上市场、线下市场分析，对手怎样盈利，是会员服务费还是销售利润，投资分红等；推广方式分析。对手的主要宣传方式，广告投放，用什么手段宣传和接触客户，是展会还是网站自媒体社区。竞争对手的性质是什么，外企、国企、合资。规模大小，企业文化。竞争对手的主打产品是什么，品牌、产品结构，分销渠道。竞争对手细分市场分析。主要目标客户是什么，销售口号、服务理念是什么；此外，对于主要的目标竞争对手，还要分析他们的团队结构，领导人风格，销售规模，企业文化，随时观察对手的动向和促销手段，同时常备两三个危机应对方案灵机应付。萊垰頭條

产品分析报告怎么写？

一、层次分析法垰頭條萊

战略层：产品目的，用户需求，经营者和用户想从产品中得到什么頭條萊垰

范围层：规格功能，某个功能是都应该成为该产品的功能之一，各种功能的组合方

式是什么样垵頭條萊

结构层：流程结构，用户如何到达某个页面，走完流程后能去哪萊垵頭條

框架层：页面布局，按钮，表格和文本区域的位置，是否达到这些元素的最大效果
頭條萊垵

表现层：视觉设计，产品图片，文件表现样式、交互样式萊垵頭條

二、递进分析法萊垵頭條

1) 产品定位是什么？萊垵頭條

2) 目标用户是谁？頭條萊垵

3) 用户使用场景是什么？頭條萊垵

4) 对应场景下的需求是怎样的？萊垵頭條

5) 该需求的实现步骤闭环是什么样的？每步骤下都有哪些维度？萊垵頭條

6) 产品发展前景如何，产品目前处于什么阶段？萊垵頭條

7) 市场容量、市场变化趋势、技术基础是什么样的？萊垵頭條

8) 产品的易用性、功能完整性、用户体验等怎样？萊垵頭條

9) 如果做改进方案，添加什么功能？优化哪些功能？优先级如何？萊垵頭條

两种方法比较：一逻辑上更完整，但有套模板嫌疑，而且对于新手来说上手相对困难；二整体思路更简单清晰，符合一贯的产品思考逻辑，以下主要采用递进分析法展开说明产品分析报告的写法。萊垵頭條

消费者分析怎么写？

1. 现有消费群体的构成：现有消费者的总量、年龄、职业、收入、受教育程度及现有消费者的分布。性别：女性更易接受情感型广告，而男性则更喜欢粗犷的或渲染民族气魄类的广告形式。頭條萊垵

职业：脑力劳动者更喜欢理性诉求的广告形式，体力劳动者更喜欢直白、袒露和幽默搞笑的。萊垲頭條

收入：主要找出在收入方面能成为你的消费者的那部分居住地区。萊垲頭條

2．现有消费者的消费行为：购买的动机、购买的时间、购买的频率、购买的数量、购买的地点。垲頭條萊

3．现有消费者的态度：消费者对商品印象以及评价如何?对本品牌的忠诚度如何?对竞争者产品的忠诚度如何?垲頭條萊

具体包括：对本品牌的认知程度；对本品牌的偏好程度；对本品牌的指名购买的比率；对本品牌的未满足的需求；对本产品最满意的方面；对本产品最不满意的方面。萊垲頭條

市场分析与预测怎么写？

说明现状，材料要具体可靠，市场现状是预测的说明现状，材料要具体可靠，市场现状是预测的出发点，不说明市场现状就无法进行分析预测未来。

产销情况如产销特点，产量或产销存在的问题等。

购买力的设想情况要说明，一个时期内，产品或商品在社会上需求量的侧重点以及不同消费预测未来判断要准确无误，要写好市场预测，不但要说明现状，而且还要预测未来的发展趋势。