

市场需求文档

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

文档修改记录：

日期	修订版本	修改人	核定人

CPRC

目 录

1.文档介绍	6
1.1 文档目的	6
1.2 内容概要	6
2.市场问题和机会	6
2.1 本章摘要	6
2.2 市场问题	6
2.3 市场机会	7
2.4 产品问题和机会	7
2.5 技术问题和机会	7
3.市场概述	8
3.1 本章摘要	8
3.2 目标市场描述	8
3.2.1 目标市场特征	8
3.2.2 目标市场趋势	8
3.2.3 目标市场细分	8
3.2.4 目标市场时间约束	9
4.客户和购买者	9
4.1 本章摘要	9
4.2 目标客户描述	9
4.2.1 目标客户细分	10
4.2.2 客户购买动机	10

4.2.3 购买影响因素.....	10
4.2.4 客户目标.....	11
4.3 目标购买者描述.....	11
4.3.1 业务决策购买者（BDM）.....	11
4.3.2 技术决策购买者（TDM）.....	11
5.使用者和用户原型.....	12
5.1 本章摘要.....	12
5.2 原型特征.....	12
5.3 现实需要.....	14
5.4 原型联系.....	14
6.市场需求.....	15
6.1 本章摘要.....	15
6.2 功能类别.....	15
6.3 开发环境说明.....	16
6.4 兼容性说明.....	16
6.5 性能说明.....	16
6.6 国际性说明.....	17
6.7 文档说明.....	17
6.8 外观说明.....	17
6.9 发布说明.....	17
6.10 支持和培训说明.....	17
6.11 其它说明.....	17

6.12 方案概述.....

17

6.13 技术概述.....

18

6.14 市场需求概要表.....

18

7.支持信息

19

7.1 本章摘要

19

7.2 假设条件

19

7.3 参考资料

19

1.文档介绍

1.1 文档目的

MRD 的关注点在于描述市场问题，市场机会以及导致的市场需求，帮助设计出一个能够解决市场问题和实现市场机会的解决方案。

建议：

这个文档应该向解决方案计划和设计的团队明示。

1.2 内容概要

在贯穿始终的文档中，要提供一份关于相关事实、假设和建议的简明报告。

建议：

这个章节应该在 MRD 完成后作为最后一个部分来完成。内容应该放在本文档每个部分的关键信息上，但是这部分不要超过两页。或者说这部分就是完整文档的缩略版。

2.市场问题和机会

2.1 本章摘要

这部分描述市场问题以及产生的机会。

2.2 市场问题

识别并且验证市场问题。

建议：

市场问题是存在于市场或者需求改变时的一种情况（困境）。

2.3 市场机会

对市场机会提供一种详尽的说明。测定并且印证这个市场机会是可能的。记录确认和验证市场机会的假设和事实。

建议：

市场机会是客户在持续不满的情况下，一种有利可图、能够持续并且规模很大的市场形势。

2.4 产品问题和机会

如果有关，描述产品问题和产品机会。

建议：

产品问题是产品需求不能满足用户时的一种行业形势。产品机会是产品需求不能满足用户时的一种基于是否有利可图、是否能够持续和是否有规模的市场形势。

2.5 技术问题和机会

如果有关，描述技术问题和机会。

建议：

技术问题是实现层面的一种挑战。技术机会是一种基于竞争者实现层面的产品机会。

3.市场概述

3.1 本章摘要

这部分描述要说明的解决方案所面对的目标市场是什么。

3.2 目标市场描述

描述解决方案所在的目标市场是什么。

3.2.1 目标市场特征

列表描述目标市场的关键特征是什么。

3.2.2 目标市场趋势

列举描述目标市场上有影响的发展趋势。通常包括工艺技术、经济环境、政策走向以及竞争格局。

3.2.3 目标市场细分

定义和描述的任何适用的市场细分形式，如地理，人口，行为，或社会学的标准。完成以下表格。

市场细分	关键特征

3.2.4 目标市场时间约束

描述任何约束市场解决方案推出的时间线。例如，约束条件包括：季节性产品的竞争、过时的技术和各种主要的因素。

4.客户和购买者

4.1 本章摘要

本部分描述客户和购买者。

建议：

客户是为产品担负财务职责的实体。购买者是决定获得产品（解决方案）的实体。用户是和产品发生交互的实体。关于用户的描述请参看第五部分。

4.2 目标客户描述

定义并描述对解决方案感兴趣的广大的客户的轮廓。

4.2.1 目标客户细分

定义并描述任何存在的细分，例如按照地理、人口特征和行为特点。有多少不同类的客户，都有什么不同的特征？完成以下表格。

客户细分	关键特征

4.2.2 客户购买动机

定义并描述客户购买解决方案的原因。客户为什么选择你的而不是竞争者的？

4.2.3 购买影响因素

定义并描述任何影响客户购买决策的有形或者无形的因素。

影响因素例如：对价格敏感，可选产品多，文化，无差异，样式、趋势或者收入水平。

4.2.4 客户目标

定义并描述客户获得产品的目标。

4.3 目标购买者描述

定义并描述这个目标购买者，这个实体决定是否获得产品。

4.3.1 业务决策购买者 (BDM)

列举定义并描述业务决策购买者。

4.3.1.1BDM 动机

定义并描述业务决策购买者购买产品的原因。他们为什么你的产品而不是竞争者的？

4.3.1.2BDM 目标

定义并描述业务决策购买者购买产品的目标。

他们的目标通常关注以下事务：改善组织，增加效率或者降低成本。

4.3.2 技术决策购买者 (TDM)

列举定义并描述技术决策购买者。

4.3.2.1TDM 动机

定义并描述技术决策购买者购买产品的原因。他们为什么你的产品而不是竞争者的？

CPRC-市场需求文档	Page 11 of 20 Pages	Friday, November 25, 2016
-------------	---------------------	---------------------------

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

4.3.2.2TDM 目标

定义并描述技术决策购买者购买产品的目标。

他们的目标通常关注以下事务：可靠性，易用性，集成性，可安装性，服务支持以及可扩展性。

5.使用者和用户原型

5.1 本章摘要

本部门主要是描述和市场问题以及解决方案有关的用户原型。

5.2 原型特征

创建并完成一个原型描述表针对每一个与市场问题和解决方案有关系的合理的原型。

建议：

用户是和产品发生交互的实体。原型是一类虚构的，典型的有着良好技能、态度、环境、行为习惯和目标的用户模型。

特征项	描述
原型名字	
背景	
技能	
环境	
态度	
行为	
目标	
备注	

样例：

特征项	描述
原型名字	张三
背景	37岁，有丰富的网络经验，计算机从业者

技能	CCNA 10 年计算机从业经验，具备熟练的操作各类计算机软硬件的能力
环境	互联网、内部网以及各种服务器的管理工作环境
态度	对新的服务器技术、数据库和安全有很高的关注和兴趣
行为	监控网络安全以及处理各类涉及硬件和软件的问题
目标	期望更为先进和自动化的服务器管理系统
备注	通常每周工作 50 小时

5.3 现实需要

描述如何做才能满足原型的需要。

5.4 原型联系

描述原型和客户和购买者是如何形成关系的。这种联系有助于定位原型和解决方案的联系。

6.市场需求

6.1 本章摘要

这部分描述市场需求是如何从市场问题中获取的。

建议：

市场需求是市场问题的反向呈现。在这个部分，避免定义一个产品以及设计细节和规格。

如果缺乏目标或者针对某个特定的需求没有进行相关的讨论，那么，这个部分就必然会受到影响，要用“N/A”加以标注并进行简短解释。所有针对产品的市场需求的描述都来自于用户的观点和用户期望实现什么的有效描述。

6.2 功能类别

提供一个产品的操作特征和运转能力的列表。

在下面的表格中分别记录每一个市场需求。

记录项	内容描述
MRID	用确定的编号规范为需求提供一个唯一识别符。
需求名称	为每一个需求提供一个简短的名字。
类型	说明该市场需求所属的类型。
使用 说明	提供一个用户正在寻求功能性引导和指导的用法说明。每一个说明都基于一个市场问题的层面。可以这样描述： <i>用户应该能够点击这个按钮。</i>
优 先	指出每个需求的优先级。 1、将要

级	2、应该：高 中 低
来源	每一个优先级都要有支持的依据。
约束条件	提供一个列表来说明所有影响实现的约束条件。这些约束条件和特定的市场需求有关联。同样，每个约束条件都应该有依据支持和来源。
来源	每一个来源都要有支持的依据。
原型	列举所有和这个市场需求有关系的原型。
用例	提供一个有针对性的用例来说明这个市场需求。如果产品或者产品概念确实存在，只需要提供合适的用例信息就可以了。
购买标准	说明这个需求形成的什么产品特征会形成什么样的购买标准。
关键因素	说明购买同类产品（和竞品比较）的关键点是什么。

6.3 开发环境说明

提供一个针对产品的工艺技术层面的列表。市场需求构成产品的开发环境。关于软件，则要说明开发工具和 API 类型。

6.4 兼容性说明

提供一个针对产品的兼容性说明的列表。要说明在什么样的环境下能够操作产品。关于软件，则要说明操作系统平台、GUI 和支持的标准。

6.5 性能说明

提供一个针对产品的兼容性说明的列表。例如运行速度、可用性、并发量和可扩展性。

6.6 国际性说明

如果提供的是一个针对不同文化和语言的多市场的产品 ,那么就需要提供一个针对国际性说明的列表。

6.7 文档说明

如果要提供给市场必要的文档 ,那么就需要提供一个针对文档说明的列表。

6.8 外观说明

提供一个能够直观表现产品外观的列表 ,例如颜色、尺寸、重量 ,如果是实体产品 ,可以提供原料说明等。

6.9 发布说明

提供一个能够说明产品发布信息的列表。

6.10 支持和培训说明

如果需要对用户进行培训 ,那么就需要提供一个能够说明支持和培训信息的列表。

6.11 其它说明

所有不包含在以上说明中的其它说明列表。

6.12 方案概述

针对解决方案的目的和功能进行一个完整的概述。解释这个方案如何迎合企业的产品战

略。

6.13 技术概述

针对解决方案的技术实现进行一个完整的概述。解释这个技术如何迎合这个产品的解决方案。

6.14 市场需求概要表

ID	使用说明	约束条件	原型	类型	优先级

7.支持信息

7.1 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。

7.2 假设条件

说明在撰写本文档时所有出现的假设。

7.3 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。

来，伙计，如果觉得好，不妨加个微信群，订阅个公众号！

