**##类产品竞品分析**

# 一、确定竞品

选择依据：一般选目标市场排名前三的产品；也可以选择比自己的产品稍强的产品作为阶段性目标。

# 二、产品分析

## **2.1. 战略层**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 竞品 | 口号 | 定位 |
| 产品1 |  |  |
| 产品2 |  |  |
| 产品3 |  |  |

## **2.2. 范围层**

### 2.2.1. 功能对比（★ 特色功能、√ 支持功能、× 不支持功能）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 功能 | 竞品1 | 竞品2 | 竞品3 |
| 功能1 |  |  |  |
| 功能2 |  |  |  |
| 功能3 |  |  |  |

### 2.2.2. 详细对比

1） 功能一

产品1是怎样的

产品2是怎样的

产品3是怎样的

截图

2） 功能二

产品1是怎样的

产品2是怎样的

产品3是怎样的

截图

### 2.2.3. 功能总结

|  |  |
| --- | --- |
| 竞品 | 总结 |
| 竞品1 |  |
| 竞品2 |  |
| 竞品3 |  |

## **2.3. 结构层**

### 2.3.1．各竞品首页截图对比

### 2.3.2．其他核心页面截图对比

### 2.3.3．主操作流程对比

# 三、总结

根据上面的竞品分析，对你有什么样的启发？有什么是可以借鉴的？怎样打败你的竞品？你负责的产品走向应该是什么样的？核心点是什么？