需求策划书（共 6 篇）

需求策划书（共 6 篇）

第 1 篇：

关于大学生电脑需求调研策划书关于大学生电脑需求调研策划书

一、调研背景随着河西电脑城、火车站赛格电脑城的入驻，长沙市区的电脑市场的竞争趋势激烈，电脑商家如何把握消费趋势，找到新的利润增长点，在这个恶劣的竞争环境中生存，是现今电脑商家的当务之急。大学生市场作为一个重要的细分市场历来都是电脑商家的必争之地，如何打好大学生这块牌，是关系到各电脑商家未来生存空间的大事。占有了大学生市场，就可以在竞争中更具话语权。

近年，随着高校的扩招，大学生的数量日益增加，对每个商家而言，数量庞大的大学生愈发成为 IT 市场的一块重要宝藏，成为商家争夺的重点。

长沙有几十万大学生，随着电脑价格越来越低，大学校园中很大一部分学生已经具备购置电脑的能力。同时，学生对电脑使用程度越来越高，大学生对电脑的需求会日益增大。但是，现在大学生中拥有电脑的同学还不是很多，如何挖掘大学生市场便成为电脑商家研究的重点。要占领大学市场就必须首先了解这个市

场，了解大学生的真正需求，这样才能制定出符合大学生需求的营销策略。

二、调研目的通过我们调研目的来制定调查问卷，通过街头访问、校内走访的形式来收集信息，通过调查了解当今大学生对电脑过去的消费状况，对电脑现在的消费形势，来预测电脑未来一段时间的消费趋势。对电脑相关产品，服务等方面的需求现状，提供企业在各高校宣传推广电脑的建议，帮助企业找到合适的营销对策，实现企业在高校这块市场实现利益最大化。同时，我们也可以通过与电脑商家的合作，赞助我们校内活动的形式，扩大商家在全校的影响力和认同力。

三、调研流程安排1、调研时间：年1月11日年1月15日2、调研人员：吴迪（组长）、徐叶怡（副组长）羊乐（文秘）魏立（组员）、李智（组员）、易峰（组员）3、调研项目：关于大学生电脑需求的市场调研4、调研地点：湖南工程职业技术学院南院（校内）、中南林业科技大学（校外）5、调研的前期准备：联系具有丰富实践经验的市场调研的指导老师，同老师一起研讨调研对象特征，确定调研目的，和老师一起做好问卷设计和修改工作，对小组成员进行市场调查相关知识的培训。同时，探讨有关市场调研报告成果转让的问题，让调查更具有实践价值。

6、问卷调研根据实际情况，把调查人员进行分组，划分各自的调查区域，尽量深入到大学生实际生活圈中去，应用街头访

问、校园走访的形式，到各大高校里面人流集中的地方进行访问，及时准确地做好信息的收集工作。

7、分析调查问卷：本次采用的分析工具为 EXCEL，在资料收集完毕后，把调查的 60 份问卷结果输入 BOOK，应用相关模型进行数据分析。

8、编写调研报告：根据调查问卷分析结果，结合具体实际，大家进行讨论，分工合作，编写调研报告。再把各自的报告进行整合处理，最后形成一份完善的调研报告。报告的内容应该包括：现在高校学生使用电脑的基本情况，没有电脑的同学的需求状况，有电脑的同学对于升级及售后服务等一系列的需求，有关电脑的 4P 方面的状况，校园推广的一些举措及对商家提供相关的高校市场的建议及意见等。

四、调研经费预算以四位调查骨干为核心的人员进行为期两天的问卷调查。

问卷费乘车费合计 60 份*1 页/份*0.2 元/张=12 元 4 人*5 元/人=20 元 32 元经费来源：学校报销+组员自费=调研经费策划人：吴迪、徐叶怡策划时间：二一年一月十日

第 2 篇：

关于大学生电脑需求调研策划书关于大学生电脑需求调研策划书

一、调研背景随着全球各大 PC品牌越来越重视 2,3 线城市市场，威海市区的电脑市场的竞争趋势激烈，电脑商家如何把握消

费趋势，找到新的利润增长点，在这个恶劣的竞争环境中生存，是现今电脑商家的当务之急。大学生市场作为一个重要的细分市场历来都是电脑商家的必争之地，如何打好大学生这块牌，是关系到各电脑商家未来生存空间的大事。占有了大学生市场，就可以在竞争中更具话语权。

近年，随着高校的扩招，大学生的数量日益增加，对每个商家而言，数量庞大的大学生愈发成为 IT 市场的一块重要宝藏，成为商家争夺的重点。

威海有几万大学生，随着电脑价格越来越低，大学校园中很大一部分学生已经具备购置电脑的能力。同时，学生对电脑使用程度越来越高，大学生对电脑的需求会日益增大。但是，现在大学生中拥有电脑的同学还不是很多，如何挖掘大学生市场便成为电脑商家研究的重点。要占领大学市场就必须首先了解这个市场，了解大学生的真正需求，这样才能制定出符合大学生需求的营销策略。

二、调研目的通过我们调研目的来制定调查问卷，通过街头访问、校内走访的形式来收集信息，通过调查了解当今大学生对电脑过去的消费状况，对电脑现在的消费形势，来预测电脑未来一段时间的消费趋势。对电脑相关产品，服务等方面的需求现状，提供企业在各高校宣传推广电脑的建议，帮助企业找到合适的营销对策，实现企业在高校这块市场实现利益最大化。同时，

我们也可以通过与电脑商家的合作，赞助我们校内活动的形式，扩大商家在全校的影响力和认同力。

三、调研流程安排 1、调研时间：年 7 月 1 日年 7 月 5 日 2、调研人员：吴迪、徐叶怡羊乐魏立、李智、易峰 3、调研项目：关于大学生电脑需求的市场调研 4、调研地点：山东大学威海分校（校内）、哈尔滨工业大学威海校区（校外）5、调研的前期准备：联系具有丰富实践经验的市场调研的指导老师，同老师一起研讨调研对象特征，确定调研目的，和老师一起做好问卷设计和修改工作，对小组成员进行市场调查相关知识的培训。同时，探讨有关市场调研报告成果转让的问题，让调查更具有实践价值。

6、问卷调研根据实际情况，把调查人员进行分组，划分各自的调查区域，尽量深入到大学生实际生活圈中去，应用街头访问、校园走访的形式，到高校里面人流集中的地方进行访问，及时准确地做好信息的收集工作。

7、分析调查问卷：本次采用的分析工具为 EXCEL，在资料收集完毕后，把调查的 60 份问卷结果输入 BOOK，应用相关模型进行数据分析。

8、编写调研报告：根据调查问卷分析结果，结合具体实际，大家进行讨论，分工合作，编写调研报告。再把各自的报告进行整合处理，最后形成一份完善的调研报告。报告的内容应该包括：现在高校学生使用电脑的基本情况，没有电脑的同学的需求状况，有电脑的同学对于升级及售后服务等一系列的需求，有关

电脑的4P方面的状况，校园推广的一些举措及对商家提供相关的高校市场的建议及意见等。

四、调研经费预算以四位调查骨干为核心的人员进行为期两天的问卷调查。

问卷费乘车费合计60份*1页/份*0.2元/张=12元4人*5元/人=20元32元经费来源：学校报销+组员自费=调研经费策划人：吴迪、徐叶怡策划时间：二一年一月十日

第3篇：

商家广告需求市场调查策划书商家广告需求市场调查策划书商家广告需求市场调查策划书

一、背景：

第一，外联部成员变更，新鲜血液注入；第二，行业竞争激烈，大学生消费需求日益增强；第三，校秋季运动会即将展开。

二、调查目的：通过本次调查，了解以下主要内容，达到以下目的：(一)了解赞助学校活动在商家心中感兴趣程度；(二)了解商家对哪方面宣传形式感兴趣；(三)了解商家过去的宣传、赞助行为；(四)统计资料，预测此商家赞助我们的可行性，并进行二次回访；(五)争取利用校秋季运动会为契机拉到足够的赞助

三、调查内容：（一）商家调查1、商家广告策略2、商家主要客户群3、商家对现有广告宣传的描述（二）其他调查1、同行业商家周边品牌竞争力情况2、学校教学、生活环境对该行业发展的影响三、调查员的要求及组成人员(一)人员要求1、仪表端正、大方

2、举止谈吐得体，态度亲切、热情3、具有认真负责、积极的工作精神(二)人员程炜、外联部其他成员，人员可分成两到三组。

四、市场调查方法对商家以访谈为主，以问卷调查为辅，具体实施方法如下：完成市场调查问卷的设计与制作以及调查人员的安排等相关工作后，就可以开展具体的问卷调查。可以在当时收回问卷，也可以第二天收回(主要适用于零售店店长不在，也可使得被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果)。

在店铺或商家负责人在场的情况下，对商家店铺及服务人员进行访谈。

五、调查规模预计发放50份调查问卷，访谈15个商家。

六、工作内容、时间及人员安排(一)发放问卷：年10月，全体参与，各组组长负责(二)访谈：年10月，全体参与，各组组长负责(三)统计问卷、总结访谈：年10月全体参与(四)撰写调查报告：年10月校秋季运动会前，并进行二次回访七、经费预算打印费：运用学校资源0人员路费及餐费：具体看计划，预计100合计：100元八、附录：调查问卷访谈提纲第4篇：

大学生社会实践需求调查策划书大学生社会实践需求调查策划书1，调查背景：当今社会的迅速发展，经济的腾飞，许多的大学方式不能满足社会的需求，很多大学生不能适应社会的发展。

社会实是我们大学生走入社会不可缺少的一部分，为走入社会打下坚实的基础，更由于诸多的原因，我们大学生对社会实践需求越来越大，很多的大学生认为他们的社会实践太少，有的几

乎没有，对此，我们工程技术学院团委社实部对我院部分学生展开调查。

2，调查的目的：为了了解大学生的社会实践需求，了解他们的需求后，相关的组组织机构给他们提供一些社会实践的帮助。

3，调查流程安排：时间：地点：东北林业大学范围：工程技术学院人员：组长一人，成员5人，辅导员，各个班长。前期准备：准备调查表，与个各班班长联系。形式：调查问卷4，分析调查问卷：当问卷调查表收回后：把调查组人员进行分组，对调查表认真的分析，统计大学生的社会实践需求。

5，编写调查报告：当调查问卷分析统计完后，我们调查小组编写一份调查报告，交给相关领导人员。目的是能解决一些大学生的一些社会需求。

6，主办单位：工程技术学院团委7，调查经费：主要是调查表打印费。

策划人：唐启云

第5篇：

用户需求书用户需求书

一、供应商资质条件（1）投标人须具有中华人民共和国工商营业执照或事业单位法人证书；（2）投标人必须具有深圳市政府采购注册供应商资格（供应商注册网址：:/）.（3）投标人须具有国家信息安全测评认证中心的安全服务资质或广东省公安厅颁发的安全服务资质；（4）投标人具有国家保密局颁发的涉及国家

秘密的计算机系统集成资质；本项目不接受联合体投标二、项目简介 1、项目概况针对近年来我国信息安全面临的严峻形势，为了全面加强我国信息安全保障工作，确保国家基础信息网络和重要信息系统的安全，实现信息化建设与保障信息安全的协调发展，国家信息化领导小组关于加强信息安全保障工作的意见（中办发 27 号，以下简称　　号文件 ）明确要求我国信息安全保障工作实行等级保护制度,提出 抓紧建立信息安全等级保护制度，制定信息安全等级保护的管理办法和技术指南 。年 7 月 16 日，公安部等四部门联合发布了关于开展全国重要信息系统安全等级保护定级工作的通知（公信安 861 号），要求各个信息系统责任管理部门做好系统等级保护定级备案工作，并根据信息系统等级保护定级指南对信息系统进行测评、整改。

年 11 月，等保相关标准信息系统安全等级保护实施指南、信息系统安全等级保护基本要求、信息系统安全保护等级定级指南、广东省公安厅关于计算机信息系统安全保护的实施办法、广东省计算机信息系统安全保护条例、相继推出，说明等级保护已进入了实施阶段。深圳市规划和国土资源委员会作为国家职能机构，在网络中运行着多个信息系统，为有效防范运用信息系统进行办公处理、项目管理和内部控制过程中产生的风险，促进的安全、持续、稳健运行，决定严格执行国家信息安全相关标准，参照有关国际准则，积极推进信息安全标准化建设，实行信息安全等级保护。

下属单位组成的星形结构，包括委机关和20个派出机构及下属单位。

目前深圳市规划和国土资源委员会信息系统内包括的主要应用系统有：办文系统、行政事务管理系统、规划业务系统、土地业务系统、图形系统、档案系统、房地产信息系统、产权登记系统、督察与监管系统以及公众服务系统等，包含的子系统约70个。

深圳市规划和国土资源委员会主要硬件环境包括：委机关机房2个，各下属单位有独立机房；内网现有核心交换机18台，防火墙4台，隔离网闸4台，IPS3台；外网有防火墙6台，IPS3台；内外网服务器合计约100台。

2、项目目的及建设目标根据信息安全等级保护管理办法及涉及国家秘密的信息系统分级保护管理规范的规定，通过专业的信息安全服务以及相应的信息系统运行维护管理基础设施建设，构建全面、完整、高效的信息安全体系构架，提高深圳市规划和国土资源委员会整体安全防护能力。以安全服务和运维管理相结合的方式，以专业的安全服务来补充安全产品的不足，为深圳市规划和国土资源委员会信息化的健康发展提供坚实的信息安全保障。

根据深圳市规划和国土资源委员会信息系统现状，对照安全等级保护工作和分级保护工作的标准和要求，进行全面的安全评

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/926000232043010230