

光固化笔

独特价值画布

- Unlike (market leader/ reference competitor)
 - 使用过程无异味，更高的材料安全标准；优化设计，整体性价比更高
- Our (product's/ service's name)
 - 创型光固化打印笔
- Helps (target customer segment)
 - 孩子教育，家庭亲子娱乐
- Who want to (problem to be solved/ job(s) to be done)
 - 家长和机构为了实现孩子教育的天然动机
- By (verb e. g. reducing, avoiding) (annoying factors for customers/ customer pain e. g. time spent)
 - 让孩子娱乐，学习，减少家长的时间焦虑感（中年人的时间冲突）
- And (verb e. g. increasing, enableing) (customer benefits/ gain e. g. 10x lower cost).
 - 孩子有兴趣，娱乐，获得成就感。想象力和智商获得成长、发育。家长在这个过程，压力感释放。作品在家里很实用，可以展示，可以作为礼品分享，可以做为实用家居用品

To B: 客户画像画布

- Buyer persona
 - 教培机构、组织采购本产品，提供教育服务。机构作为服务提供商，以孩子对本产品的喜爱程度，和产品的供给情况来做出采购决定
- Content
 - 机构通过政策、市场了解教育产品的需求趋势，通过观察选择孩子和家长认可的产品。主要信息来源包括政策跟踪和市场调研
- Buying process
 - 不同机构差异很大，有的是招投标后分单采购，有的按照学校学期提前一个学期下单预备，基本是按照实际服务对象需求来提前预订或即时下单准备。按照季度或年度，乃至临时性预算来决策
- Influencers, stakeholders, buying team
 - 采购，课程编订老师，专家顾问，财务和机构领导人
 - 分别从业务和专业两方面影响采购流程

To C: 用户画像画布

- Apperance
 - 中青年（孩子）家长 / 青年专业人士 / 青少年或一些专业人士
- Behavior
 - 情感消费 / 理智消费 / 兼具情感和理智消费
- Demographics
 - >60% / >20% / > 10%
- Needs
 - 中青年（孩子）家长：满足照顾孩子的焦虑，和让孩子高兴受教育
 - 青年专业人士：艺术家创作作品，很多针对产品质量的理性需求
 - 青少年或一些专业人士：模型发烧友满足年少时的梦想，理智选择优质作品