

# 产品价值主张结构化表达模板

课程案例模板：价值主张结构化表达

**案例背景：** [您的品牌名称] 在[您所在的市场]中，如何通过清晰的价值主张脱颖而出。

**价值主张结构化表达：** 【产品/服务名称】 [您的产品/服务名称] 【核心价值主张】 一句高度概括的、打动人的话语，说明您为顾客带来的核心价值。

## 一、 特点：我们“是什么”？（客观、可验证的事实）

清单式列出产品的核心特征，聚焦于原料、技术、工艺、服务等具体、可量化的点。

例如： 独家技术、特定原料来源、独特工艺、专利设计、服务流程等。

• **提炼心法：** 将模糊的“好”转化为具体的数据、标准和可验证的事实，建立品质基准线。

## 二、 优点：这意味着“什么好”？（特点带来的直接功能优势）

将上一步的每个特点，转化为对顾客的直接好处。使用“更…”，“避免了…”、“拥有…”、“意味着…”等句式。

例如： 更高效、更安全、更便捷、避免了某问题、拥有了某能力等。

• **提炼心法：** 完成从“有什么”到“好在哪”的第一次价值跃升，让顾客理解特点的实际功用。

## 三、 利益：这能为你“带来什么”？（与顾客个人相关的深层情感与场景价值）

这是最关键的一步，将“优点”与顾客的情感、社交、生活场景和深层需求绑定。回答“这关我什么事？”

可从以下角度思考：

**情感利益：** 更安心、更自信、更愉悦、更有面子、减轻焦虑。

**社交利益：** 获得认可、改善关系、树立形象。

**功能性利益：** 节省时间/金钱、提升效率、降低风险、解决问题。

• **提炼心法：** 实现从“产品功能”到“用户价值”的决定性跨越，触动顾客的内心选择按

钮。

#### 四、 证据：我们“如何证明”？（增强信任度的支撑点）

列出所有可以支撑你上述承诺的信任状，让价值主张可信、可感知。

证据类型包括但不限于：

**可视化证据：** 演示视频、过程直播、实物展示。

**权威证据：** 第三方检测报告、专家认证、获奖证书。

**用户证据：** 用户案例、客户评价、用户生成内容（UGC）。

**数据证据：** 实验数据、效果统计、服务数字。

**承诺证据：** 免费试用、退款保证、质保期限。

• **提炼心法：** 通过“展示而非讲述”的方式，让所有承诺落地，消除顾客的最后疑虑，构建坚实的信任壁垒。

总结： 通过 **特点（建立标准）** → **优点（凸显优势）** → **利益（创造共鸣）** → **证据（赢得信任）** 的结构化表达，您的产品价值将变得清晰、有力且难以抗拒，从而精准指导独立站的所有内容创作，确保每一篇文案、每一个页面都在合力传递同一个强大的价值信号。