

我想要
保持与实施
通过
更好地
调动受益人群



营销结构

参与水平

受启发于
Nesta (2009) 《创意企业工具包》中的工作表4a：营销结构



需要同事/同级对话，安排交流时间，
可能需要一天以上时间通力完成。

这是什么 以及我为什么 需要它？

“营销”你所做的事并不总意味着将它销售掉。如果销售产品是你的最终目的，那么营销结构将帮助你实现这一目的，但同时营销结构还有其他作用，比如定义人们如何从不同角度形成对你工作的看法——也能突显影响这个过程的各种机会。这是为你的计划争取投资的关键工具。

营销结构表格以结构化的方式帮助你从受益人的角度测试你的工作，其中涉及到的元素均会在不同程度上影响人们对你工作的看法，帮助你更好地理解当你希望脱颖而出时所需要关注的方方面面。当你希望调动与你一起工作的人参与到你的计划中来时，“营销结构”工具也十分有用。

? 如何使用

不要把“营销结构”工具当作纯粹的商业工具，把它当作一个机会，让你从受益人的角度反思你的工作。

这件工具能帮助厘清他们的需要和体验，从而帮助你思考如何改进你现在或今后的产品。

你可以从填写任意格子开始，没有一定顺序。只要保证完成每一部分即可，同时不断改进答案，直到你认为它们能充分回答所有问题。

产品	地点	价格	
实际环境	过程	人物	宣传

我想要保持与实施
通过更好地调动受益人群

产品

描述一下使得你的工作与众不同的“独特卖点”，这些卖点应该清晰地指出你工作的特征和好处

地点

人们能在哪儿接触你的工作以及人们怎么去那儿呢？

价格

你从你的工作中得到多少回报？

实际环境

你的办公室给你的用户、供应商和员工留下了怎样的印象？

过程

你的公司用怎样的过程来呈现你的工作？

人物

你的哪些员工或代表会参与其中？

宣传

你用了哪些方式让你的用户知道你的工作？