CANVAS DA PROPOSTA DE VALOR

Autor: Alexander Osterwalder

DESIGN

O que posso criar, desenvolver e oferecer.

O QUÊ?

CRIADORES DE GANHO

Descreva como seus produtos e serviços criam ganhos apara os clientes. Como são criados os benefícios que seu cliente espera, deseja ou algo que o surpreenderia positivamente.

Incluindo utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos?

Classificar cada ganho que seus produtos e serviços criam de acordo com sua relevância para seu cliente. É substancial ou insignificante? Para cada ganho indique quantas vezes ele ocorre.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Listar todos os produtos e serviços que a sua proposta de valor é construída ao redor de Comprador ou Cocriador ou Transferidor.

Classifique todos os produtos e serviços de acordo com sua importância para o seu cliente. Eles são cruciais ou triviais para o seu cliente?

ANALGÉSICOS

Descreva como seus produtos e serviços aliviam as dores dos clientes. Como eles eliminam ou reduzem as emoções negativas, os custos e situações indesejáveis e riscos que seu cliente experimenta ou poderia experimentar antes,durante ou depois de ter a(s) tarefa(s) realizada(s)?

Classificar cada dor que seus produtos e serviços eliminam de acordo com sua intensidade para seu cliente. É muito intenso ou muito leve? Para cada dor indicar quantas vezes ela ocorre. Avalie os riscos que seu cliente experimenta oupoderia experimentar antes, durante e depois de obter a tarefa feita.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Quais são os produtos e serviços que você oferece que ajuda seu cliente a obter as tarefas funcionais, sociais, emocionais realizadas ou ajudem ele/ela à satisfazer as necessidades básicas?

Quais produtos e serviços auxiliares ajudam seu cliente a executar as funções de:

- Comprador
(e.g. produtos e serviços que ajudam os clientes a comparar ofertas, decidir, comprar, tornar a entrega viável de um produto ou serviço, ...)

- Cocriador
(ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a desenhar soluções em conjunto ,contribuir de outra forma dando valor à solução,...)

- Transferidor
(ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a dispor de um produto, transferi-lo para os outros, ou revender, ...)

Produtos e serviços podem ser:

- Tangíveis (ex. bens manufaturados, serviços face a face ao cliente),

- Digital/virtual (ex. downloads, recomendações online),

- Intangíveis (ex. direitos autorais, garantia de qualidade) ,

- Financeiro (ex. fundos de investimento, serviços de financiamento).

ANALGÉSICOS

- Produzem economia?
(ex. em termos de tempo, dinheiro, ou esforços …)

- Faz seu cliente se sentir melhor?
(ex. elimina frustração, aborrecimentos, coisas que lhes dão uma dor de cabeça, …)

- Melhorar soluções de baixo desempenho?
(ex. novas funcionalidades, melhor performance, melhor qualidade, …)

- Coloca um fim nas dificuldades e desafios que cliente encontra?
(e.g. facilitar as coisas, ajudando-os a ter a tarefa feita, eliminar a resistência, …)

- Eliminar as consequências sociais negativas que os clientes encontram ou sentem?
(e.g. humilhação, poder, confiança ou status, …)

- Eliminar os riscos de seus clientes temem?
(ex. financeiro, social,riscos técnicos, ou o que poderia dar terrivelmente errado …)

- Ajude seus clientes a dormir melhor à noite?
(e.g. contribuindo com grandes questões, diminuindo preocupações ou eliminando preocupações, …)

- Limitar ou erradicar erros comuns que os clientes fazem? (ex. erros de utilização, ...)

- Livrar-se de barreiras que estão impedindo o seu cliente de adotar soluções?
(ex. custos iniciais menores ou ausência de investimento, curva de aprendizado menor, menor resistência à mudança, …)

CRIADORES DE GANHO

- Criam economias que fazem seu cliente feliz?
(ex. em termos de tempo, dinheiro e esforço, …)

- Produzem resultados que seu cliente espera ou que vão além das expectativas deles?
(ex. melhor nível de qualdiade, mais de alguma coisa, menos de algo,…)

- Copiar ou superar as soluções atuais que encantam seu cliente?
(ex. relacionado à funcionalidades específicas, desempenho, qualidade, …)

- Fazer a tarefa ou a vida do seu cliente mais fácil?
(ex. curva de aprendizagem menor, mais serviços, custo menor de propriedade, …)

- Criar efeitos sociais positivos que o seu cliente deseja?
(ex, faz mostrar-se melhor, produz aumento do poder,status, …)

- Fazer algo que os clientes estão a procura?
(ex. ajudar a ter grandes conquistas, grandes aliívios, …)

- Produzir resultados positivos que satisfazem os critérios de sucesso e fracasso dos seus clientes?
(ex. melhor desempenho, menor custo, …)

- Ajudar a tornar a adoção mais fácil?
(ex. menor custo, menos investimentos, menor risco, melhor qualidade, desempenho, design, …)

OBSERVAÇÃO

Situações, problemas e a realidade que o cliente vive.

POR QUÊ?

GANHOS

Descreva os benefícios que seu cliente espera, deseja ou algo que o surpreenderia positivamente.

Isso inclui a utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos.

Classifique cada ganho de acordo com a relevância para seu cliente. É substanciail ou é insignificante? Para cada ganho indicar quantas vezes ele ocorre.

TAREFAS DO CLIENTE

Descreva o que o segmento de cliente está tentando realizar. Podem ser as tarefas que eles estão tentando realizar ou tarefas que eles realizam. Podem estar relacionadas aos problemas que estão tentando resolver ou as necessidades que estão tentando satisfazer. Classifique cada tarefa de acordo com sua significância para o cliente. É crucial ou vital? Para cada tarefa indique quantas vezes ela ocorre ?

DORES

Descreva emoções negativas, custos não desejados e situações e riscos que seu cliente experimenta ou poderia experimentar antes,durante ou depois de ter a(s) tarefa(s) realizada(s).

Classifique cada dor de acordo com a itensidade que representa para seu cliente. É muito intenso ou muito suave? Para cada dor indique a quantas vezes ela ocorre.

TAREFAS DO CLIENTE

Destacar em que contexto específico a tarefa é realizada, porque pode impor restrições ou limitações. (ex. enquanto dirige , fora de casa, …)

- Quais tarefas funcionais você está ajudando seu cliente realizar?
(ex. realizar ou completar uma tarefa específica, resolver um problema específico,...)

- Quais tarefas sociais você está ajudando seu cliente realizar?
(ex. tentando parecer melhor, ganhar poder ou status, …)

- Quais tarefas emocionais você está ajudando seu cliente realizar?
(ex. estética, sentir-se bem, segurança, …)

- Quais necessidades básicas você está ajudando seu cliente satisfazer?
(ex. comunicação, sexo, …)

Além de tentar realizar uma tarefa principal, seu cliente realiza tarefas auxiliares em diferentes papéis. Descreva as tarefas que os clientes estão tentando realizar como:

- Comprador (ex. tentando parecer melhor, ganhar poder ou status, …)

- Cocriador (ex. estética, sentir bem, segurança,...)

- Transferidor (ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a dispor de um produto, transferir para outros, ou revender, …)

DORES

- O que o cliente acha custoso ?
(ex. leva muito tempo, custa muito dinheiro, requer esforço substancial, …)

- O que faz o cliente se sentir mal?
(ex. frustração, aborrecimentos, coisas que lhes dão uma dor de cabeça, …)

- Como as soluções atuais estão atendendo seu cliente?
(ex. falta de recursos, mal desempenho, mau funcionamento, …)

- Quais são as principais dificuldades e desafios que seus clientes encontram?
(ex. entender como as coisas funcionam, dificuldades de conseguir realizar as coisas, resistência …)

- Quais as consequências sociais negativas que seu cliente encontra ou teme por?
(ex. humilhação, poder, confiança, ou status, …)

- Quais riscos seu cliente teme ?
(ex. financeiro, social,riscos técnicos, ou o que poderia dar terrivelmente errado …)

- O que mantém seu cliente acordado a noite? (ex. grandes questões, preocupações, …)

- Quais erros comuns seu cliente faz? (ex. erros de utilização, …)

- Quais barreiras o cliente enfrenta para adotar as soluções ?
(ex. custos iniciais de investimento, curva de aprendizado, resistência à mudança, …)

GANHOS

- Quais economias fariam seu cliente feliz?
(ex. em termos de tempo, dinheiro e esforço, …)

- Quais os resultados que o seu cliente espera e o que iria além das expectativas dele/dela ?
(ex. nível de qualidade, mais de alguma coisa, menos de algo, …)

- Como as soluções atuais encantam o seu cliente?
(ex. funcionalidades específicas, desempenho, qualidade, …)

- O que faria a tarefa ou a vida do seu cliente mais fácil?
(ex. curva de aprendizagem menor, mais serviços, custo menor de propriedade, …)

- Quais efeitos sociais positivos seu cliente deseja?
(ex. faz mostrar-se melhor, aumentar o poder,status, …)

- O que os clientes estão procurando?
(ex. bom design, garantias, mais funcionalidades ou funcionalidades mais específicas, …)

- O que os seus clientes sonham? (ex. grandes conquistas, grandes alívios, …)

- Como seu cliente mede sucesso e fracasso? (ex. performance, custo, …)

- O que aumentaria a probabilidade de adotar uma solução?
(ex. menor custo, menos investimentos, menor risco, melhor qualidade, desempenho, design, …)