

Dê dois exemplos de como você pode criar "valor percebido" ao comunicar seu produto/serviço.

Em campanhas onde justificativas e objetivos do produto aparecerão, um dos focos é explicar a palavra previsão. Com a utilização massiva do termo “previsão do tempo”, temos a tendência de dar um significado simbólico à palavra, tal significado é impresso como uma imagem em nossas mentes.

Devido a repetição contínua, acabamos por não analisar de forma efetiva o que o termo significa. A palavra “previsão” se torna juntamente com “tempo” mais um símbolo do que um significado, e acabamos por esquecer que uma previsão pode ser uma coisa que talvez não ocorra, mas nossas mentes nos enganam e nos condicionam ao oposto.

Como exemplo, podemos citar aquela pessoa que fica com raiva de previsões do tempo, muitas vezes culpabilizando a mocinha que apresenta a previsão do tempo - “Não ocorreu nada do que ela falou!” - “Eles sempre erram!”- Isso demonstra o excesso simbólico e a redução do significado da palavra, afinal as pessoas não deviam se irritar com uma coisa que seria apenas uma previsão, que pode ocorrer ou não.

Destacaremos então essa diferença entre previsão e confirmação do tempo, fazendo com que a pessoa ressignifique a palavra previsão. “- Ora, mas seu aplicativo faz a mesma coisa...”. Para que tais conceitos não se confundam e para que nosso produto não se confunda com um serviço já existente, uma ressignificação do termo deve ser posta, em contrapartida a palavra “confirmação”.

Infográficos mostrando como é coletado o tempo por satélites e como acontece a prospecção de nuvens, pressão atmosférica etc por parte dos órgãos competentes é importante para **afetar** e alterar esse conceito.

Outra maneira é enfatizar a diferença entre os satélites - o que eles captam - e as micro estações - o que elas realmente fazem - que é completamente diferente do que o satélite faz. Por exemplo, um C.B. *cumulus nimbus*, que tem grande quantidade de chuva, raios e ventos acumulados, pode estar passando por uma determinada região captada por satélites. Informações coletadas por satélites são muito úteis na aviação, porém a confirmação de onde aquela chuva caiu e qual foi sua intensidade não pode ser medida por satélites. É nessa hora que uma campanha é publicada aos usuários com objetivo de ressaltar a verdadeira funcionalidade do produto frente aos velhos equipamentos de previsão. Joga-se uma pá de cal sobre o assunto.

Ressaltar também sobre o caráter centralizador dos órgãos responsáveis pela previsão do tempo, que precisam de supercomputadores para prospectar eventos climáticos. Esses têm grande capacidade de renderização e residem em grandes centros urbanos, sua área de renderização é restrita, pois, mesmo um supercomputador tem limites de processamento, deixando assim várias áreas com cobertura parcial ou imprecisa.

Uma previsão pode ser mais precisa nos locais mais urbanizados do que em locais fora da cobertura desses equipamentos. A descentralização de um serviço de confirmação poderia

melhorar previsões e, com isso, futuramente, poderá ajudar até mesmo na acurácia da probabilidade destes serviços já existentes.

Comunique seu produto seguindo o "Golden Circle", como no exemplo da Apple.

POR QUÊ:

“Nossos produtos quebram paradigmas, adequam nossos clientes às inovações e os colocam na ponta de lança do mercado, superando assim seus concorrentes.”

COMO:

“Produtos intuitivos e ágeis, reunindo sofisticação e utilidade. ”

O QUÊ:

“Serviços para dispositivos móveis e equipamentos microprogramados”