

Proposta de Valor.

Vamos analisar o que é uma Proposta de Valor?

Uma Proposta de Valor é uma declaração de intenções ou uma declaração que introduz a marca de uma empresa aos consumidores, dizendo-lhes o que a empresa representa, como funciona e porque merece a sua atenção.

Ao fazê-lo, é muito importante que o apresentemos como uma declaração de negócio ou de marketing que uma empresa utiliza para resumir porque que um consumidor deve comprar um produto ou utilizar um serviço.

Esta declaração, se redigida de forma convincente, pode persuadir um potencial consumidor de que um determinado produto ou serviço oferecido pela empresa, agregará mais valor ou resolverá um problema de forma mais eficiente do que as outras ofertas similares.

Para isso, devemos enfatizar como este produto ou serviço satisfaz uma necessidade, comunicar os detalhes dos seus benefícios e estabelecer porque que é melhor do que os produtos semelhantes no mercado.

Em seu formato ideal, a Proposta de Valor é pontual, assertiva e apela aos mais fortes motivos de tomada de decisão do cliente. O que as Propostas de Valor das empresas comunicam? Em princípio, a razão porque um produto ou serviço é o mais adequado para o segmento do cliente. Portanto, devemos sempre comunicá-lo de forma proeminente em todos os ativos digitais da empresa.

Também deve ser intuitivo, para que um cliente possa ler ou ouvir uma Proposta de Valor e entender o valor agregado, sem precisar de uma explicação adicional. Então, como construímos essas declarações? Por exemplo, as Propostas de Valor do Shopify, a plataforma de comércio eletrônico feita para você, ou do Uber, sua viagem a apenas um clique, o que a do Airbnb, nossa casa é a sua casa.

O título deve ser uma única frase ou mesmo um slogan memorável. Depois, encontramos um subtítulo, com um parágrafo de duas a três frases. Uma explicação específica do que ela oferece, para quem e porque é útil? Posteriormente, podemos encontrar dois ou três pontos-chaves que listam os benefícios ou os principais recursos.

Finalmente. Vamos abordar o aspecto visual, mostrar o produto, a foto do herói ou uma imagem que reforça a mensagem principal será fundamental para transmitir a Proposta de Valor com muito mais consistência.

Um papel fundamental para a Proposta de Valor é diferenciá-la da concorrência. A maioria das pessoas consulta entre 4 ou 5 opções diferentes, ou prestadores de serviços, antes de decidir. Então, como tornamos nossa oferta única? Nem sempre é fácil de detectar, requer profunda autorreflexão e discussão, e se não conseguirmos encontrar nada, é melhor acreditarmos em alguma coisa.

Obviamente, a parte única deve ser algo que os clientes realmente se preocupam e é por isso que trabalhamos anteriormente sobre a metodologia do Product Thinking ou pensar no produto.

Se não indicarmos porque os usuários devem considerar nossa solução, é muito provável que percamos a maioria deles, ou que não sejamos considerados como uma alternativa. Portanto, para elaborarmos uma Proposta de Valor, precisamos lembrar sempre.

1º Focar na clareza acima de tudo. A nossa mensagem deve ser direta e rapidamente compreendida.

2º Definir o que a marca faz e como ela faz. Explicamos como o produto resolve um ponto de necessidade para o seu potencial cliente.

3º Facilitar a busca online de alguém. Não vamos usar termos da moda, mas, vamos considerar palavras que estão fortemente associadas com a forma como os usuários pesquisam.

4º Destacar o enunciado da Proposta de Valor em todos os ativos digitais, para alcançar rapidamente usuários e clientes em potencial.