

CANVAS DE PROPOSTA DE VALOR

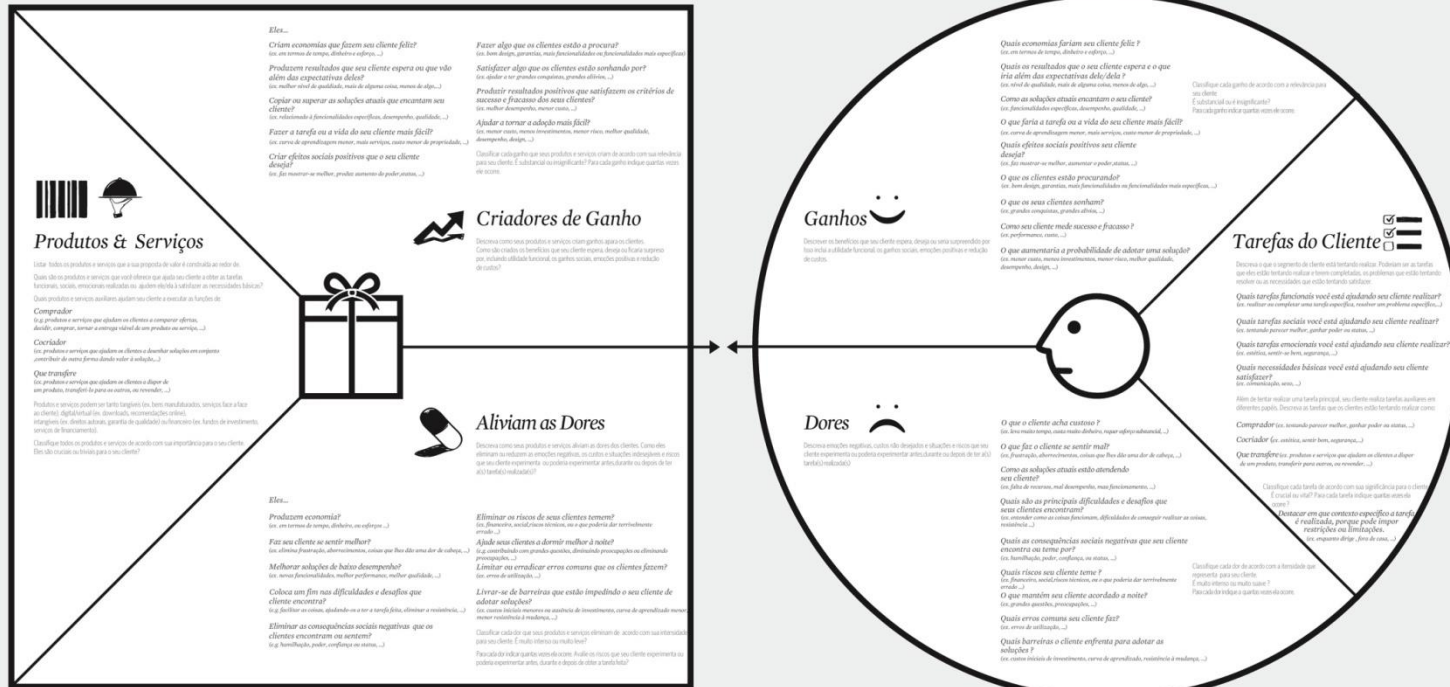
PLANEJANDO SOLUÇÕES VENCEDORAS

Canvas da Proposta de Valor

Criado para:

Criado por:

Em: Dia Mês Ano
Iteração: No.



Proposta de Valor

Proposta de Valor
Crie um para cada Segmento de Cliente dentro do seu Modelo de Negócio

www.businessmodelgeneration.com
Tradução:bmgenbrasil.com

Segmento de Cliente



nto com o Canvas do Modelo de Negócio

Todos os direitos autorais reservados a
Business Model Foundry GmbH

Desenvolvido por:	Produtoria por:
Business Model Foundry GmbH Kalkbrennerstr. 75 80333 Zúrich	Startups GmbH Waldstrasse 14 10119 Berlim

www.businessmodelfoundry.com www.startups.com

XXX

XXX

XXX

XXX



Produtos & Serviços

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

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

(ex. 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,...)

Que transfere

(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 tanto tangíveis (ex. bens manufaturados, serviços face a face ao cliente), digital/virtual (ex. downloads, recomendações online), intangíveis (ex. direitos autorais, garantia de qualidade) ou financeiro (ex. fundos de investimento, serviços de financiamento).

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

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, ...)

(ex. menor custo, menos investimentos, menor risco, melhor desempenho, design, ...)

Classificar cada ganho que seus produtos e serviços criam para seu cliente. É substancial ou insignificante? Para qual ele ocorre.



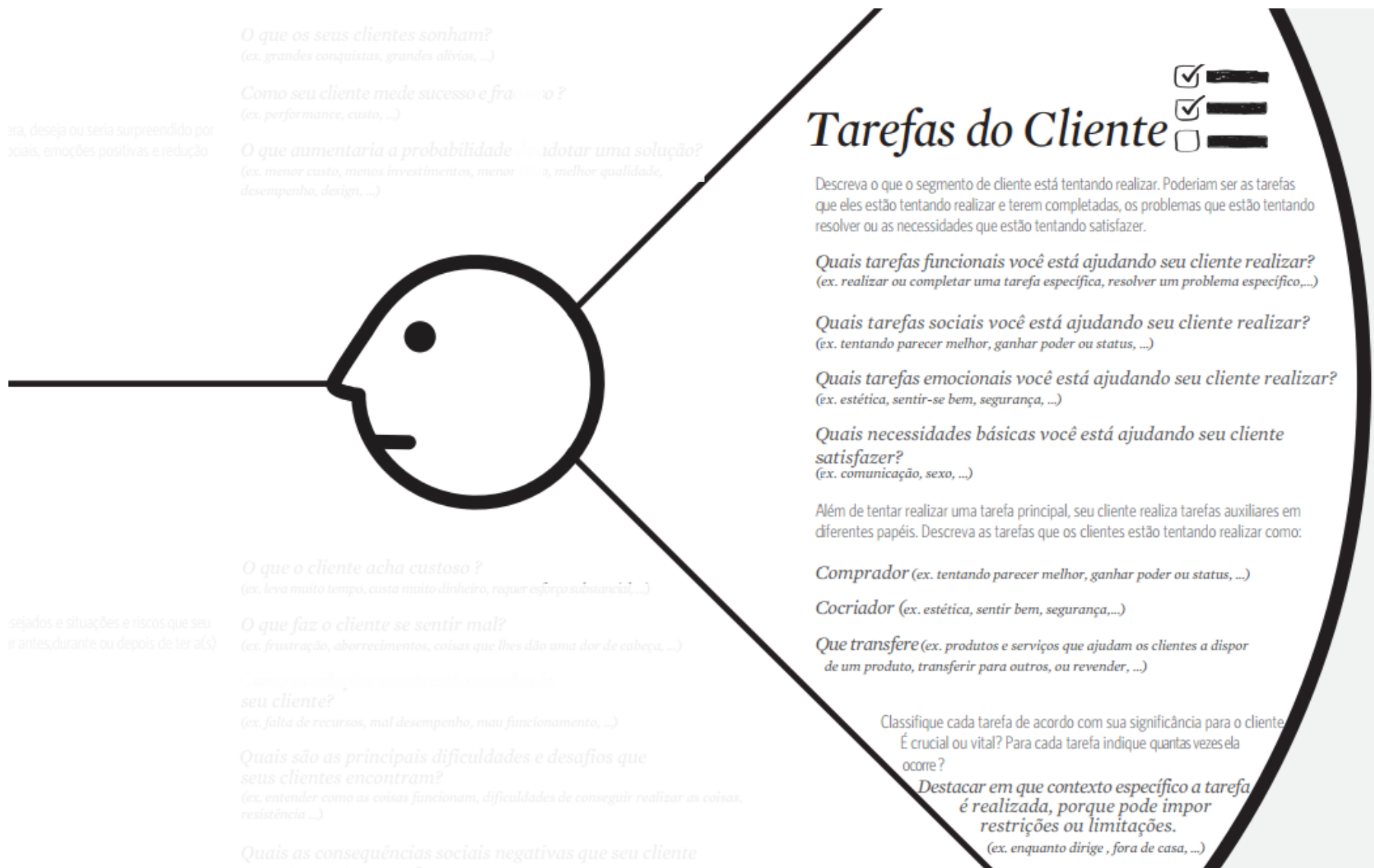
Criadores de Ganhos

Descreva como seus produtos e serviços criam ganhos para seu cliente. Como são criados os benefícios que seu cliente espera por, incluindo utilidade funcional, os ganhos sociais, em termos de custos?



Aliviam as Dores

Descreva como seus produtos e serviços aliviam as dores que seu cliente experimenta ou poderia experimentar. Qual tarefa(s) realizada(s)?



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)

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, ...)

Classifique cada dor de acordo com a intensidade que representa para seu cliente.

É muito intenso ou muito suave ?

Para cada dor indique a quantas vezes ela ocorre.



Aliviam as Dores

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)?

Eles...

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?

(ex. facilitar as coisas, ajudando-os a ter a tarefa feita, eliminar a resistência, ...)

Eliminar as consequências sociais negativas que os clientes encontram ou sentem?

(ex. 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?

(ex. 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, ...)

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 ou poderia experimentar antes, durante e depois de obter a tarefa feita?

Ganhos



Descrever os benefícios que seu cliente espera, deseja ou seria surpreendido por. Isso inclui a utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos.

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, ...)

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



Eles...

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 qualidade, 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. bom design, garantias, mais funcionalidades ou funcionalidades mais específicas)

Satisfazer algo que os clientes estão sonhando por?

(ex. ajudar a ter grandes conquistas, grandes alívios, ...)

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, ...)

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.



Criadores de Ganho

Descreva como seus produtos e serviços criam ganhos para os clientes. Como são criados os benefícios que seu cliente espera, deseja ou ficaria surpreso por, incluindo utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos?





**Comercialização
de produtos e serviços
para a terceira idade**

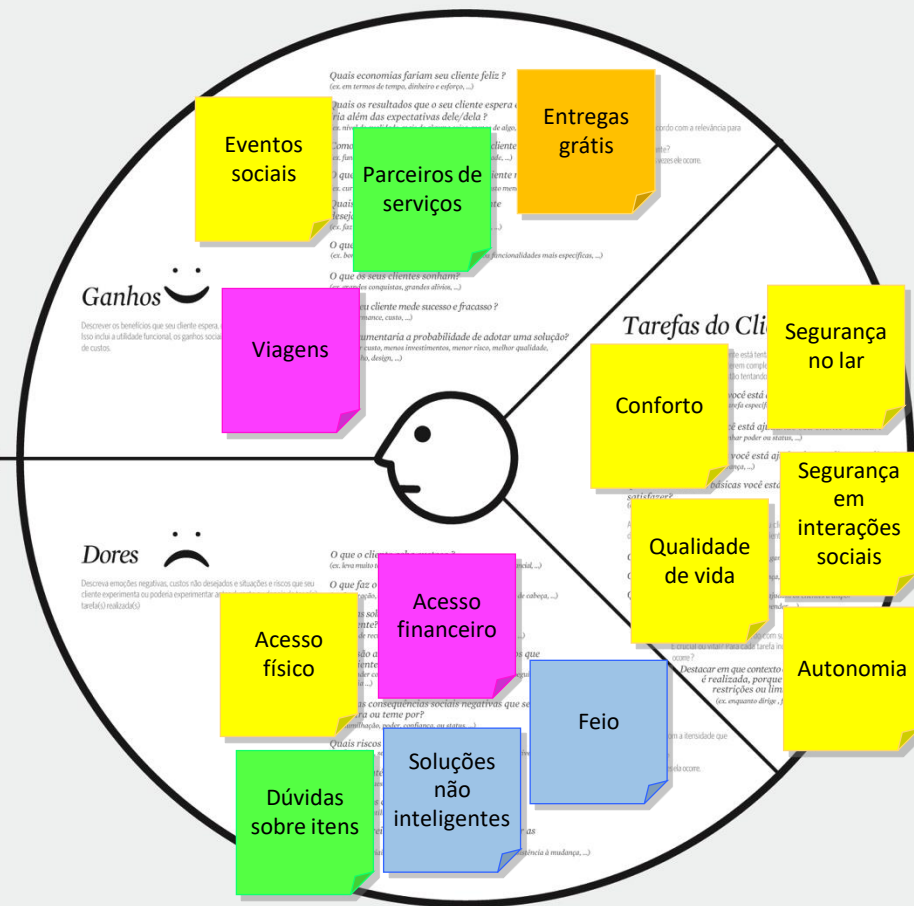
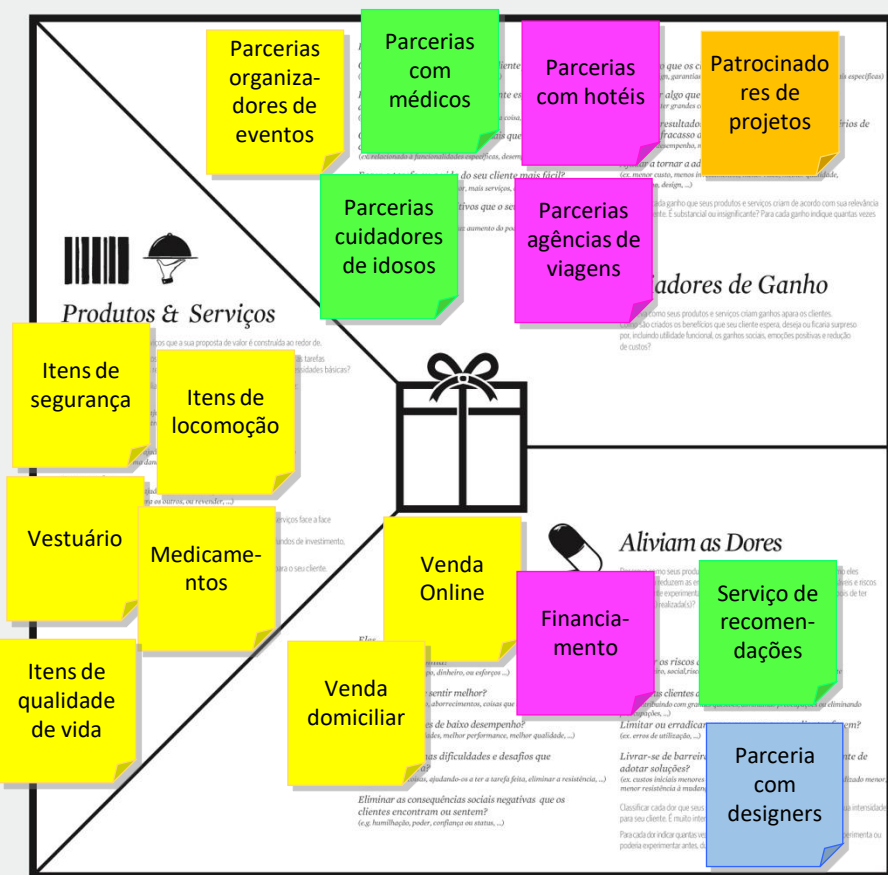


Canvas da Proposta de Valor

Criado para:

Criado por:

Em:	Di:	M:	Ano:
Iteração: No.			



Proposta de Valor

Crie um para cada Segmento de Cliente dentro do seu Modelo de Negócio

Segmento de Cliente

www.businessmodelgeneration.com

Tradução: bmgenbrasil.com

Todos os direitos autorais reservados a
Business Model Foundry GmbH
© 2015 Business Model Foundry GmbH
www.businessmodelgeneration.com
www.bmf.com

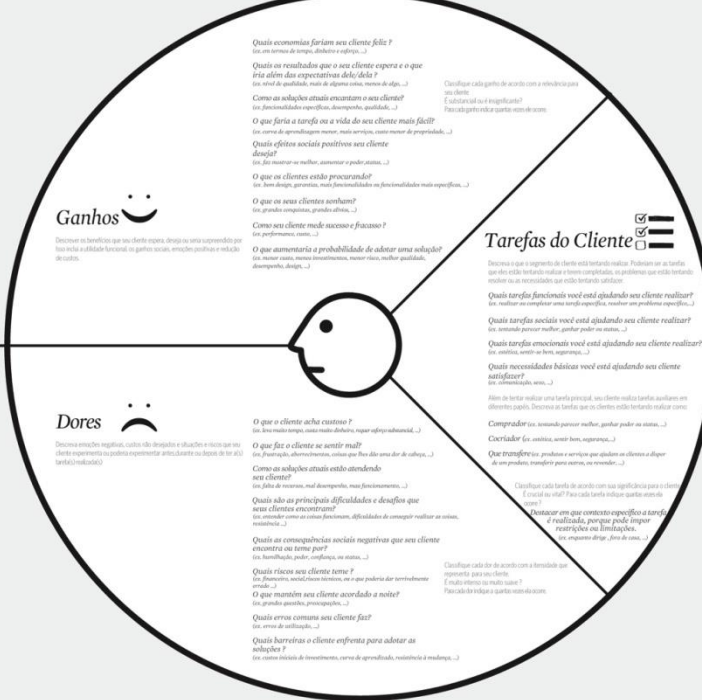
Use em Conjunto com o Canvas do Modelo de Negócio

Canvas da Proposta de Valor

Criado para:

Criado por:

Em: Dia Mes Ano
Iteração: No



Proposta de Valor

Crie um para cada Segmento de Cliente dentro do seu Modelo de Negócio

Segmento de Cliente

www.businessmodelgeneration.com
Tradução: bmgbrasil.com

Use em Conjunto com o Canvas do Modelo de Negócio

Todos os direitos autorais reservados a Business Model Foundry GmbH
© 2009 Business Model Foundry GmbH
Tudo o que é publicado aqui é propriedade da Business Model Foundry GmbH
Todos os direitos reservados.

Obrigada!