

Quantificar a proposta de valor

Nesta etapa, você determinará como os benefícios de seu produto se transformam em valor que o cliente recebe do seu produto. Você calculará métricas quantitativas (na maioria dos casos) para mostrar esse valor ao cliente.

A Proposição de Valor Quantificado dá-lhe uma compreensão concreta dos benefícios mensuráveis que o seu produto trará aos seus clientes-alvo - na dimensão que mais importa para eles e que os motivará mais à ação. A Proposição de Valor Quantificado é enquadrada pela prioridade máxima da Persona. Isso é criticamente importante para saber qual variável você vai medir e garantir que ele alinha com os interesses do seu cliente-alvo e não seus interesses.

Depois de identificar isso, você precisa entender e mapear o estado "tal qual" de uma forma familiar para o cliente, usando o *caso de uso do ciclo de vida completo* nesta dimensão. Em seguida, você mapeia o estado "possível" que resultará da utilização do seu produto, indicando claramente onde o cliente recebe o valor com base na prioridade do Persona.

Um diagrama visual de uma página é melhor, porque o cliente pode facilmente ver a Proposição de Valor Quantificado e pode mostrá-lo a outros para validação. Quando bem feito, este será de imenso valor para você durante todo o processo de lançamento de seu negócio, então o esforço extra gasto para obter este otimizado vale bem a pena. Tente sempre que possível usar o mesmo idioma que o cliente e também obter o seu trabalho revisto e verificado pelo cliente-alvo.

Definir a Proposição de Valor Quantificado

Crie uma proposta de valor focada nos critérios que você identificou como prioridade máxima do seu Persona. Se a sua principal prioridade é o tempo de mercado para a produção de bens, e o valor do seu produto é que ele irá diminuir o custo de produção, sua proposta de valor - *Nosso produto economiza US \$ XX por mês* - não persuadirá seu cliente-alvo a comprar seu produto. Sua proposição de valor não está alinhada com sua prioridade mais alta, portanto, comprar seu produto não será uma alta prioridade para o cliente-alvo e será rapidamente esquecido. Se o seu produto também diminui o tempo para o mercado, você deve concentrar a sua proposta de valor quantificado sobre esse benefício e não falar sobre a economia de custos. Mantenha-o simples e focado.

- ☐ Verifique se a proposição de valor está alinhada com a prioridade mais alta no perfil Persona.
- ☐ Avalie o estado "tal qual" que não envolve o uso do seu produto em termos de benefícios / custos.
- ☐ Avaliar o estado "possível" que você está confiante existirá quando o cliente estiver usando sua solução, também em termos de benefícios / custos.
- ☐ Configure uma comparação simples entre os dois acima - a diferença entre eles é a Proposição de Valor Quantificado.
- ☐ Descreva a Proposição de Valor Quantificado em apenas uma frase.
- ☐ Crie um diagrama de suporte mostrando o estado "tal qual" em comparação com o estado "possível" que ilustra visualmente o valor que o seu produto tem para o cliente.
- ☐ Certifique-se de usar as palavras do cliente em seu diagrama para que eles possam entender que é personalizado para eles ou, pelo menos, para a sua indústria.
- ☐ Certifique-se de fazer os números no estado "possível" aqueles que você está altamente confiantes de seu produto pode atingir.

Conclusão

Indique a Proposição de Valor Quantificado em uma frase.

[Painel \(/projects/40742\)](/projects/40742)

[Etapa anterior Etapa \(/projects/40742/steps/7\)](/projects/40742/steps/7)

[seguinte \(/projects/40742/steps/9\)](/projects/40742/steps/9)

Termos e condições simples : Mantivemos todas as suas informações confidenciais, nunca lhe enviamos e-mails não solicitados (spam) e nos esforçamos para não incomodá-lo, para que você possa se concentrar na sua inicialização. Se tiver algum problema ou sugestão, entre em contato (/pages/about#contact-us) conosco.