

## Personalizando

### Transcrição

[00:00] Nós anotamos alguns tipos de proposta de valor aqui, mas ainda existem outros tipos para explorarmos, para entendermos e ver onde nosso negócio se encaixa, qual é a proposta de valor para cada segmento de clientes que nós temos.

[00:15] Estou no meu celular o tempo inteiro, sempre preciso fazer alguma coisa nele. Cada aplicativo que eu uso no meu celular me entrega uma proposta de valor. E se eu quisesse transferir dinheiro para um amigo? Existe o Tokpag do Itaú.

[00:50] Eu posso fazer pagamentos para quem eu precisar nele, tenho pessoas com quem já tenho contato no celular. Ele identifica essas pessoas. Posso adicionar o número de celular da pessoa para quem quero enviar, ou colocar a agência e conta da pessoa.

[01:15] Selecionei o contato e escrevi o valor. Então posso adicionar uma mensagem. Envio e tenho o status. Obviamente que no meio tempo a pessoa tem que colocar senha, etc. Mas está a um toque da mão da pessoa. É muito fácil.

[02:02] Imagine comigo que no meio do meu processo eu coloquei o valor e a tela travou. Eu não vejo a tela de conclusão da transação e não sei se foi efetuada. Como eu poderia ser um app em que você clica e paga? E se o aplicativo trava e não consigo concluir minha ação? O que aconteceria? A pessoa ia se frustrar.

[02:52] Ou seja, não estou cumprindo com o que eu prometi. O mínimo desse tipo de proposta de valor é que você consiga transferir o dinheiro. O aplicativo tem que fazer o que deve ser feito. Existe uma proposta de valor com esse nome.

[03:20] Temos uma proposta de valor do tipo fazendo o que deve ser feito. E o que é essa proposta de valor? Eu entrego algo com efetividade, entrego o que eu prometi. No caso do Itaú, eu prometo que você vai tocar e pagar. Se você tocar e pagar, você vai concluir. O mínimo que eu tenho que cumprir é fazer o que eu prometi.

[05:34] Citamos muito aqui o Uber, o 99 taxis, porque no app que criamos é o que mais se assemelha em termos de negócio. O serviço de táxi existe há muito tempo. Antigamente, você pegava o táxi na rua. Depois, surgiram os pontos de táxi, e então os pontos de táxi com telefone. E aí surgiram apps, 99 táxis, o Easy Taxis, todos esses apps que nos aproximavam das pessoas. Antes o rádio táxi nos aproximava, depois veio o 99, o Easy. E depois chegou o Uber.

[06:42] Já existia, como falamos, o táxi. Aí surgiu um app de táxi. Depois, surgiu uma variação desse negócio, em que consigo pedir um carro que não necessariamente é um táxi. É uma pessoa, como no nosso app, que tem um carro e vai ganhar dinheiro se alugando como motorista para alguém que precisa de um carro para se transportar.

[07:18] Mas aí tenho vários tipos de carro dentro do Uber. Posso solicitar o UberPOOL, em que compartilho a viagem, divido o valor da minha corrida. Tenho o UberX, que é o Uber de baixo custo, com um valor menor para mim e para o motorista, que vai receber. E tenho o UberBlack, que é um carro mais de luxo.

[08:00] Eu consigo, dependendo da minha necessidade, um serviço mais barato, com as preferências que eu quero. Se quero algo barato, posso pedir UberPOOL. Se quero algo barato sem dividir com outras pessoas, existe o UberX. Se quero algo mais luxuoso, tenho o UberBlack. Posso escolher o serviço que o Uber está entregando. Você faz da maneira que couber no seu bolso.

[08:53] Nesse caso, quando você entra no app do Uber, posso selecionar o que eu quero. Posso personalizar o tipo de serviço. A pessoa pode escolher o que se adequa mais ao momento dela.

[09:35] Quando temos algo que a pessoa consegue escolher, que ela pode fazer do mais simples até o melhor, entrego uma proposta de valor do tipo personalização, porque ela pode adequar o serviço conforme à necessidade dela, com o que é interessante para ela naquele momento.

[10:00] Tenho uma proposta de valor do tipo personalização. Eu entrego algo que pode ser personalizado. O serviço já existe e eu posso adequar conforme minha necessidade.

[11:00] Esses são alguns dos outros tipos que teríamos.

[11:46] Olhando o Google Maps, tenho os vários tipos, o UberX, UberPOOL e UberBlack, conforme acabamos de citar no exemplo anterior. E tenho a 99 táxis, em que também tenho dois tipos. Tenho o táxi, propriamente dito, e tenho o top, que é o carro de luxo.

[12:12] Eu sei que tanto no Uber quanto no 99 posso personalizar, que é o exemplo anterior. Mas eles não entregam só essa proposta de valor da personalização. Eles também entregam uma proposta de valor em que sei o valor e é rápido. Se eu não tenho dinheiro para pagar pelo mais caro, posso pagar pelo mais barato.

[13:12] Como o Uber ganha dinheiro com isso? Eles colocam algumas pessoas a mais no carro, fazem mais ou menos o mesmo trajeto, talvez cobrem 70% ao invés de 90% do taxista, e aí a pessoa que está dirigindo ganha outro valor. Não interessa. Não estamos pensando no motorista. Mas para a pessoa que está pedindo o carro é muito interessante.

[13:50] Se eu consigo usar o serviço com o valor que eu tenho, o valor que eles estão me entregando é: você que não tem dinheiro pode usar meu produto, meu serviço. Eu vou reduzir o custo para mim e para você e todo mundo vai sair ganhando, porque para mim continua girando meu negócio e você consegue utilizar meu serviço.

[14:08] Quando temos uma proposta de valor em que penso totalmente em algo como preço, penso numa redução de custos. Quando temos uma proposta de valor desse tipo, tenho uma proposta de valor do tipo redução de custo. Ou seja, entrego algo que pode ser utilizado, que tem valor agregado, e que o custo para o consumidor/cliente é baixo. Ele sabe que vai ter uma viagem de qualidade, por mais que compartilhe o carro com pessoas que ele não conhece. No caso dessa pessoa, é um valor que ela reconhece.

[15:50] Vimos nessa aula então uma proposta de valor do tipo personalização. Vimos a proposta de valor do fazendo o que deve ser feito. E temos a de redução de custo. Olha que bacana quantos conceitos vimos. Como será que eles se comportam? Onde será que se encaixa o meu negócio?