

## Acessibilidade e desempenho

### Transcrição

[00:00] Temos todas essas propostas de valor que nós citamos, mas existem outros tipos dentro de quantitativo e qualitativo. Por exemplo, vocês sabem quanto custa ir ao cinema? É muito caro. Se você não é estudante, você paga caro para assistir um filme. O preço no Cinemark, por exemplo, é R\$ 25,00 à tarde e R\$ 27,00 à noite. Quem tem todo esse dinheiro para pagar todo final de semana em que quer assistir um filme? É muito mais comum você assistir filmes na televisão, que é muito mais barato. Não sei se isso é da época de vocês, mas na minha eu alugava filmes com meu pai e minha mãe. Pegamos três, quatro filmes no máximo para devolver na outra semana e era super caro. Já era difícil conseguir ver um filme.

[01:40] Aí surgiu a Netflix, com a proposta de assistir filmes e séries em qualquer lugar se você tiver internet. Você assina, podendo assistir um mês de graça, e aí você assiste quando e onde você quiser. Você pode escolher seu plano, do básico ao premium. Existem milhares de seriados e filmes disponíveis na Netflix, e o preço mais caro que você vai pagar é R\$ 29,90, tendo até quatro telas simultâneas.

[02:28] Quando você paga só para você ir ao cinema, você paga R\$ 27,00. Ou seja, na Netflix torno o hábito de ver um filme ou seriado muito mais fácil para as pessoas. Entrego algo mais acessível.

[02:44] Se estivéssemos pensando em livros para uma pessoa que é cega. O que ela vai fazer se quiser ler um livro? A família pode ajudar e ela vai aprender a ler livros em braile. Eu entrego acessibilidade, deixo as pessoas terem acesso à cultura, a conteúdo de uma maneira que se encaixe na vida delas.

[03:05] Ou se tivéssemos sessões de teatro em escolas carentes. Também teria algo acessível, estaria entregando acessibilidade, porque ir ao teatro também é caro. Tão caro quanto assistir um filme só você na tela do cinema, no único dia que você tem disponível, um domingo ou feriado. Imagine ir com a família inteira. Por isso os serviços da Netflix se popularizaram tanto. Porque você tem acesso a vários tipos de conteúdo, desde infantil, até adulto, conteúdos próprios. Você tem conteúdo que sai todo mês, e por um preço baixo. Bem mais baixo do que o cinema, por exemplo.

[04:02] Se fôssemos a Netflix, entregaríamos uma proposta de valor do tipo acessibilidade. Eu entrego algo que torna um produto/serviço acessível, seja financeiramente ou qualitativamente.

[04:40] Aqui tenho o grande guarda-chuva que falamos no começo dessa aula. Tenho tanto qualitativo quanto quantitativo no caso da Netflix.

[05:36] Mas e se estivéssemos falando de um celular? Quero comprar um celular. Para mim, neste momento, não estou preocupada com valor. Quero um celular que trabalhe muito bem, porque, por exemplo, trabalho com desenvolvimento de aplicativo. Se vou trabalhar com aplicativo, não posso ter um celular que trava. Então, eu sei, por exemplo, que os melhores celulares hoje são o S7 e o Iphone 6.

[06:08] Eu peguei um exemplo do Tecmundo, com um comparativo entre esses dois celulares. Tem certas coisas muito particulares de cada celular. O que é mais importante para mim, neste momento, que trabalho com aplicativo, é ver se não vai travar. Preciso instalar várias coisas, testar vários aplicativos, e ele tem que ter uma memória boa, um desempenho bom. Ele não pode travar, por exemplo, quando meu usuário está testando. Isso acabaria com meu trabalho de pesquisa.

[07:03] Se eu olhar, por exemplo, o desempenho, que é uma coisa muito importante na minha profissão, eles falam que no teste de performance, o S7 é superior em relação ao Iphone 6, tem um processador mais potente e o dobro de

memória ram. O mais importante para mim é justamente o processor, não travar, não ter os problemas que tenho com outro celular.

[07:30] Então comprei um S7, por exemplo, porque para o que eu precisava, ele iria agregar muito mais. O que a Samsung me entregou? Algo não em relação ao valor, porque eu não estava preocupada com isso. Nem com acessibilidade ou redução de risco, ou se era uma novidade, ou status. Eu estava preocupada em o celular não travar para o meu trabalho.

[08:03] Neste caso, eu estava totalmente focada no desempenho. Ou seja, a proposta de valor que a Samsung com o S7 me entregava era uma proposta de valor do tipo desempenho. Eu entrego algo que para os consumidores agrega valor de desempenho, porque os concorrentes podem ter um melhor design, melhor preço, mas meu consumidor está mais preocupado com como o aparelho ou serviço vai performar.