

Novidade de marca, status, valor

Transcrição

[00:00] Vimos que às vezes podemos ter uma proposta de valor quantitativa, como no caso do preço, e qualitativa, quando estou pensando mais na qualidade do meu serviço, por exemplo, no design das bicicletas que teremos futuramente. Cada um desses possui subtipos.

[00:30] Já ouviram falar do Snapchat? No Snapchat temos a função de criar um vídeo que fica disponível só por 24h. O princípio do app é criar vídeos ou fotos divertidos para enviar para as pessoas. Mas já não existia um lugar para compartilhar vídeos? Tem o YouTube, o Instagram, o Facebook, mas nenhum deles ficava disponível só por 24h. Isso não existia antes. Nenhum outro app fazia. O Instagram adicionou uma função parecida. Você visualiza o vídeo, tem a opção de mandar uma mensagem sobre para a pessoa que publicou. Assim como no Snapchat. Isso é totalmente novo.

[02:28] Quando tenho uma proposta de valor que é algo que ninguém fez, totalmente novo, como o Snapchat fez, estamos falando de uma proposta de valor relacionada a novidade. Eu entrego algo que ninguém fez antes. Por exemplo, no caso do Ipod. Ninguém tinha criado algo parecido antes.

[04:05] E se eu fosse uma marca com produto muito caro. Se eu fosse, por exemplo, o Rolex, que vende relógios muito caros. No caso de carros, se eu fosse a Ferrari, com carros muito caros. São coisas que te dão status, que chamam atenção. Quando uma pessoa não tem dinheiro e mesmo assim quer algo que dê status, porque quer exibir a marca específica, tenho que dar uma proposta de valor do porquê a pessoa deveria ter o produto. Eu vou mostrar o status, a importância da marca. O relógio não é só para ver a hora. É um Rolex. A pessoa tem toda a coisa mística da marca.

[07:27] Então aqui temos uma proposta de valor do tipo marca/status. Eu entrego algo que a pessoa tem apenas para exibir. Por exemplo, no nosso app, a pessoa não vai ter para exibir, para falar como ele é único, é caro, dá status. Eu não tenho o status de um Rolex ou de uma Ferrari. Eu tenho algo que ainda não é nossa proposta de valor. Também não é a proposta de valor do Snapchat. Eu não entrego algo apenas para exibir. Entrego algo de transporte, não pelo valor, pelo status.

[08:50] Existem esses dois subtipos de propostas de valor. Se vocês tiverem algo muito novo, que ninguém fez antes, vocês terão uma proposta de valor de novidade. Se tiverem algo super caro, que dá status, vocês terão um valor do tipo marca/status.