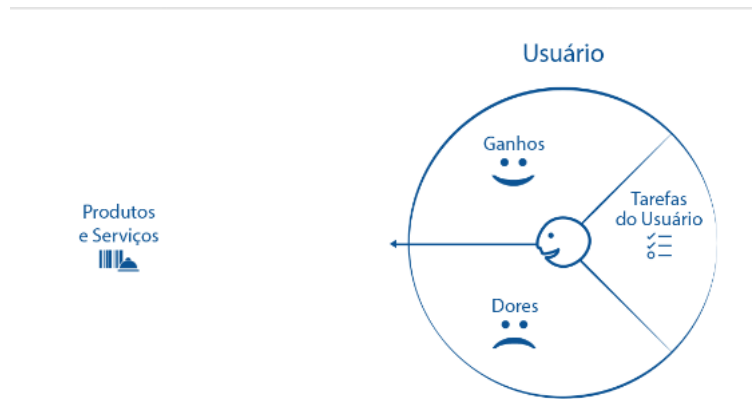


Value Proposition Canvas

Transcrição

Vimos um *framework* para entendermos melhor o usuário, e no modelo exposto pela imagem abaixo, acrescentamos uma flecha que antes não constava no desenho. A flecha apontará para o que desejamos oferecer ao usuário, no caso, os produtos e serviços.

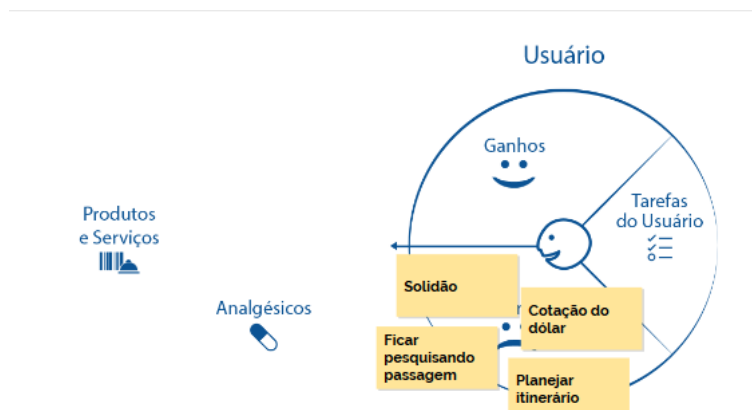


Nessa parte de "Produtos e Serviços", relacionada a "Tarefas do usuário", podemos colocar palavras-chave a respeito de uma situação mais macro, como um post it com a palavra "Aplicativo". Além disso, podemos adicionar outros com várias funcionalidades. E para colocarmos post its relacionados a "Serviços", é possível ser mais intangível, com "oferecer mais segurança para o usuário", por exemplo.

Outro ponto interessante de deixarmos visível são as "Dores" do usuário, os quais se resolvem por meio de "Analgésicos", cujo espaço encheremos de post its com as soluções para as dores do usuário. Não necessariamente existirá uma pílula para cada uma das dores, digamos assim, e pode ser que tenhamos um analgésico que elimine mais de uma dor, sendo que também não é necessário curarmos essa dor, às vezes isto está fora de nosso alcance. Mas se você puder amenizá-la, já é ótimo!

Para diminuirmos a solidão, podemos implementar o chat, e para o problema da cotação do dólar, é possível criarmos um sistema em que nosso usuário seja avisado quando o dólar baixar. Em relação ao problema de pesquisa de passagens, podemos utilizar um alerta que nos avise quando a passagem que desejamos entrar em promoção. Quanto ao planejamento de itinerário, pode-se disponibilizar alguns itinerários prontos, rotas que outros usuário fizeram.

É justamente nestes pontos que o usuário valoriza o aplicativo, pois ele pode ser capaz de resolver algumas das suas dores:



Vamos pensar nos ganhos do usuário - temos que mostrar quais os benefícios do aplicativo, as vantagens, os quais são denominados "Criadores de ganhos". Tudo isso que pensamos, os produtos e serviços, criadores de ganhos e soluções, são como se fossem um presente para nosso usuário, algo que agrega valor na vida de alguém. Denominamos esse conjunto de "Proposta de valor":



Essa ferramenta, que ajuda na visualização para o usuário, é denominada **Canvas de Proposta de Valor** ou, em inglês, **Value Proposition Canvas** ou **Value Proposition Design**. Seu objetivo é tornar o valor do produto visível, exibindo-se o porquê do usuário preferir baixar o nosso aplicativo em vez do da concorrência. E quando falamos em "valor", ele não tem uma conotação financeira; são as suas vantagens.

O *Value Proposition Canvas* é algo muito interessante para a parte de descobrimento, da fase de idealização do projeto. Podemos utilizá-la também na etapa de estruturação do processo de venda, pois quanto melhor entendermos o usuário, mais provável será o sucesso da venda.

Assim, a ideia central dessa ferramenta é responder duas perguntas básicas:

- O que estamos fazendo?
- Por que estamos fazendo?

Por que precisamos pensar no layout? Por que estamos construindo determinada página? Por que estamos inserindo determinada funcionalidade?

Fazer coisas legais para as pessoas > fazer as pessoas gostarem de coisas

A ferramenta "Proposta de Valor" é do mesmo criador do *Business Model Canvas*, o Alexander Osterwalder.

Mais dicas

Você pode notar que em um mesmo perfil de usuário podem existir outros, então a dica é separá-los. Por exemplo, a Alura tem como usuário o Fabiano Gusmão, os próprios funcionários e uma pessoa da área da administração. Nesse caso temos dois perfis distintos do Fabiano Gusmão, e o mais adequado seria separá-los.

Vamos praticar? Faremos um **gamestorming** com o tema da proposta de valor.

- Tempo: 30 minutos
- Ambiente: folhas, canetas, *post-its*
- Objetivo: mapear o produto, entendendo o valor gerado para o usuário

