

Identificando a proposta

Transcrição

[00:00] Nós falamos de todos esses tipos de propostas de valor. Falamos da novidade (Snapchat), o status (Ferrari, Rolex), redução de risco (concessionária que dá uma garantia para o carro), conveniência/usabilidade (Ipad), acessibilidade (Netflix), desempenho (celular com desempenho melhor), fazendo o que deve ser feito (Tokpag do Itaú), personalização (Uber) e redução de custo (Uber POOL).

[00:52] Mas no caso do nosso negócio, o que se aplica? Onde encaixamos os valores para aqueles dois tipos de clientes que temos, que são os motoristas e homens e mulheres que identificamos. Como consigo identificar quando tenho dois públicos diferentes? Um segmento de clientes de plataforma multilateral.

[01:20] Nós comentamos anteriormente que recebemos reclamações dos motoristas que não tinha corrida. Eles estavam lá e ninguém pedia a corrida. Eu prometo para eles que meu app vai ser uma fonte de renda, mas ninguém está pedindo, então meu app só está sendo mais um que ele pode excluir. Pronto, não tenho mais motorista. Bem agora que corrii os homens e mulheres que talvez vão utilizar o serviço.

[01:57] Para esses motoristas, tenho conveniência e usabilidade? Não. Os motoristas que estão ali já tem o Uber, o 99. Eles já sabem como utilizar e a naveabilidade do meu app é muito parecida. A pessoa clica e fala onde ela está. O motorista simplesmente recebe o chamado e aceita.

[02:45] Será que é acessibilidade? Eu tornei mais acessível? Não. Os usuários até reclamaram do meu valor, e os motoristas não reclamaram nada em relação a preço, então não estou tornando nada mais acessível para eles. O desempenho para eles também está ok, o app funciona, só que não tenho ninguém pedindo.

[03:11] E qual era a personalização? Tenho ali que posso personalizar como gostaria que fosse meu serviço. O motorista pode personalizar? Não. Ele tem o carro dele, a pessoa pediu o carro, se ele está na região ele aceita e segue com a pessoa no carro.

[03:28] Redução de custo. Tenho uma redução de custo para ele? Não, ele está ganhando dinheiro utilizando meu app. Mas temos o caso do Itaú, em que faço o que eu prometi. Quando falo dos meus motoristas, o que tenho que entregar para eles? Pessoas pedindo. Se eu tiver corridas, estou fazendo o que deve ser feito.

[04:00] Vou até usar um adesivo da mesma cor, para saber de quem estou falando. Então, para os motoristas, entrego o valor de fazendo o que deve ser feito.

[04:40] Ok, tenho que fazer o que deve ser feito, que é ele entrar e conseguir pegar os passageiros, ter passageiros para transportar. Corrigimos nosso público, mas temos que entregar valor para esse público agora, porque antes eu não tinha falado com eles. Eu falava com o pessoal que era novo, não com eles. Qual o tipo de valor que entrego para essas pessoas? O que falamos para eles? Já existe o Uber, o 99, as bicicletas nas ruas com o Bike Sampa. O que entrego de diferente para eles?

[05:23] Já tenho a parte da acessibilidade, que é poder pegar a hora que quiser, posso personalizar, tenho a parte de redução de custos, porque é mais barato do que ter o próprio carro, dependendo da quantidade de vezes que você vai utilizar. Tudo isso a pessoa já tem. O que estou entregando para eles?

[05:50] Uma coisa que não existe ainda para eles é o carro e a bicicleta no mesmo lugar. Estou transformando a mobilidade urbana dele, estou deixando mais fácil. Ele pode decidir a qualquer momento o que ele quer, como ele quer

se transportar. Se ele entrar no meu app, ele pode ver se quer um carro ou uma bicicleta. Mais para frente nós vamos ver se vamos conseguir solucionar o problema de não termos bicicletas, mas no momento o valor que estou entregando para essas pessoas é justamente o valor dela escolher a forma de se transportar, seja um carro ou uma bicicleta.

[06:38] Estou entregando para elas a acessibilidade. Entrego valor acessibilidade. No caso do nosso negócio, então, quando estamos falando dos motoristas, entregamos o valor fazendo o que deve ser feito. Já quando estamos falando dos passageiros/ciclistas, entregamos o valor acessibilidade.

[07:54] Conseguimos solucionar o que temos que pensar para entregar para essas pessoas. Tenho que esquecer um pouco o negócio do valor, porque já vimos que é um problema, que não estávamos entregando de maneira correta, que tivemos reclamações do nosso app na play store. Quando mudamos o público, talvez o cenário fique um pouco diferente.

[08:20] É óbvio que sempre temos que estudar isso. Se não der certo, vamos ver se entregamos outro tipo de valor. Vamos ver se dentre todas as possibilidades que temos, todos os tipos de proposta de valor, não tenho uma que se encaixe para o público. Mas nesse caso, vamos testar o mais lógico, que é o que faz mais sentido nesse momento que estamos estudando.

[08:43] Temos todas essas propostas de valor que vimos, e vamos oferecer agora para esse público que identificamos corretamente, quando trabalhamos com segmento de clientes, acessibilidade. E para os motoristas que reclamaram que não tinham passageiros, solucionando, vamos colocar essas pessoas dentro através do valor que vamos entregar que é a acessibilidade, os dois serviços em um único local.