

Dores e ganhos

Segundo a ferramenta utilizada, extraída do livro Value Proposition Design, ao descrever o perfil do cliente devemos nos atentar a compreender o que são dores e ganhos, na sua perspectiva, em relação às tarefas que devemos realizar. **O que devemos considerar para identificar as dores?**

Selecione uma alternativa

- A** Resultados negativos ou abaixo do esperado na experiência com um produto/serviço.
- B** Resultados ou benefícios que os clientes desejam, mesmo que eles ainda não tenham.
- C** Apenas elementos que gerem desconforto e que estejam relacionados à nossa proposta de valor.
- D** Qualquer coisa que gere aborrecimento antes, durante ou após a realização de uma tarefa.