

Redução de risco, conveniência e usabilidade

Transcrição

[00:00] Como estávamos falando, existem várias formas de proposta de valor. Tenho as quantitativas, as qualitativas, e dentro delas tenho subtipos, como por exemplo a proposta de valor do tipo novidade, que é algo que se encaixa mais na qualitativa, a proposta de valor do tipo de marca/status, que se encaixa na quantitativa por causa do preço, mas também por causa da qualidade.

[00:35] Se por exemplo fossemos pensar que quero comprar um carro. Temos o site Web Motors. Quero comprar um carro usado, porque não tenho dinheiro para comprar um carro novo. Vou selecionar a Chevrolet, o Agile, e o preço até R\$ 40.000, para São Paulo. Vou ter diversos valores desses carros.

[01:35] Quando vou comprar um carro novo, por exemplo, tenho a garantia de fábrica. Quando vou comprar um carro usado, eu não sei se tenho garantia. Olhando pelas fotos, pode estar tudo bonito, mas não temos como ter certeza. Na descrição, ele não me diz se vou ter alguma garantia. Além do valor que paguei no carro, se eu tiver algum problema, vou ter que gastar com mecânico. Será que a concessionária não poderia me entregar alguma garantia?

[03:30] Quando temos essa proposta de valor em que qualquer problema posso voltar até a concessionária, estou entregando uma redução de risco, porque não sei se vou ter algum problema ao sair da concessionária. Se eles me entregassem uma proposta de valor com uma garantia para reparos, seria ótimo. Esse tipo de proposta de valor se chama redução de risco. Eu entrego algo que as pessoas podem usufruir caso tenham problemas. Entrego o valor sem esperar que algo dê errado, mas se der, tenho uma opção. Tenho um risco a menos. Algo que agrega valor, que faz o preço ser compreendido.

[06:05] E se, por exemplo, eu tivesse que comprar um computador? Se eu fosse a Apple. Desde que ela surgiu, ela tenta facilitar como as pessoas vão utilizar o produto. Se eu olhar o Ipad, por exemplo. É um produto parecido com o celular, com uma tela maior, facilitando para pessoas idosas. A Apple, assim como outras empresas, resolveu muitos problemas de usabilidade. Ou seja, a Apple é muito conhecida pela forma como você usa as coisas, pela facilidade, usabilidade, e não só pelo layout.

[08:10] Se nós fossemos a Apple, teríamos uma proposta de valor do tipo conveniência/usabilidade. É conveniente porque você consegue usar da mesma forma que um smartphone, é maior, e você consegue carregar muito menos peso do que um computador, e a usabilidade é a mesma com a qual você está acostumado. Eu entrego algo que as pessoas conseguem utilizar de forma mais fácil e que já estão acostumadas, algo mais intuitivo, que facilita a vida das pessoas.

[10:32] Esses são os dois tipos, além dos que já tínhamos visto. Vimos então até agora novidade, marca/status, redução de risco e conveniência e usabilidade.