



## Propozycja wartości

### Wstęp

**Propozycja wartości** odgrywa istotną rolę dla przedsiębiorców, ponieważ opisuje ona **korzyści**, które klienci mogą czerpać z ich produktów lub usług. Produkt może przedstawiać więcej niż jedną propozycję wartości. Propozycja wartości jest oferowana za pośrednictwem różnych elementów, np. projekt, cena, funkcjonalność.

### Cel

Celem niniejszego modułu jest wsparcie przedsiębiorców w identyfikacji propozycji wartości istotnych dla potencjalnych klientów.

### Efekty kształcenia

- zdefiniowanie propozycji wartości,
- wskazanie elementów propozycji wartości,
- zidentyfikowanie rodzajów propozycji wartości,
- ułożenie propozycji wartości w modelu biznesowym,
- podanie przykładów najbardziej popularnych propozycji wartości na rynku,
- wybranie najbardziej odpowiedniej propozycji wartości, aby sprostać potrzebom klientów.

### Słowa kluczowe

- przedsiębiorstwo,
- model biznesowy,
- zysk,
- odsetki,
- istotność,
- rozróżnienie.





# Zarys teoretyczny

<b>Schemat modelu biznesowego</b>		Zaprojektowany dla:	Zaprojektowany przez:	Data:	Wersja:
<b>Kluczowe partnerstwa</b> Kim są nasi kluczowi partnerzy? Kim są nasi dostawcy? Jakie kluczowe zasoby nabywamy od partnerów? Jakie kluczowe działania wykonują nasi partnerzy? <b>MOTYWACJA DO NAWIĄZANIA WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI</b> Optymalizacja i oszczędność Ograniczenie poziomu ryzyka / niepewności Nabywanie określonych zasobów / działań	<b>Kluczowe działania</b> Jakie działania są niezbędne dla naszej propozycji wartości? Jakże działania są niezbędne dla naszych kanałów dystrybucji? Jakże działania są niezbędne dla naszych relacji z klientami? Jakże działania są niezbędne dla naszych strumieni przychodów? <b>KATEGORIE</b> Produkcyjne Rozwiązywanie problemów Platformy/Sieci <b>Kluczowe zasoby</b> Jakie zasoby są niezbędne dla naszej propozycji wartości? Jakże zasoby są niezbędne dla naszych kanałów dystrybucji? Jakże zasoby są niezbędne dla naszych relacji z klientami? Jakże zasoby są niezbędne dla naszych strumieni przychodów? <b>RODZAJE ZASOBÓW</b> Fizyczne Intelaktywne (patenty, prawa autorskie, dane) Ludzkie Finansowe	<b>Propozycja wartości</b> Jaką wartość dostarczamy klientom? Jaki problem pomagamy klientom rozwiązać? Jakże produkty i usługi oferujemy poszczególnym segmentom klientów? Na jakie potrzeby klientów odpowiadamy? <b>CHARAKTERYSTYKA</b> Nowość Wyjątkowość Dostosowanie do indywidualnych potrzeb „Wykonawstwo pasywne” Projekt Modelny/Status Cena Obniżenie kosztów Obniżenie poziomu ryzyka Dostępność Wygoda/efektywność	<b>Relacje z klientami</b> Jakiego rodzaju relacje oczekuje każdy z naszych segmentów klientów? Jakże relacje niewątpliwie? W jaki sposób relacje te są powiązane z resztą naszego modelu biznesowego? Jak kształtowane są te relacje? <b>PRZYKŁADY</b> Wspieranie osobiste Indywidualne wsparcie osobiste Samochodowy Zautomatyzowany obsługa Społeczności Wpółuczestnictwo	<b>Segmenty klientów</b> Dla kogo tworzymy propozycję wartości? Kim są nasi kluczowi klienci? Rynek masowy Rynek niszowy Segmentacja rynku Dywersyfikacja rynku Platformy wielostronne	
<b>Struktura kosztów</b> Jakim są najważniejsze koszty w naszym modelu biznesowym? Które kluczowe zasoby są najdroższe? Które kluczowe działania są najdroższe? <b>CZY TWÓJE PRZEDSIĘBIORSTWO JEST</b> Zorientowane na koszty (zaczepki struktura kosztów, niskie ceny, maksymalna automatyzacja, outsourcing na szeroką skalę) Zorientowane na wartość (koncentracja na tworzeniu wysokiej jakości wartości) <b>CHARAKTERYSTYKA</b> Koszty stałe (wynagrodzenia, najem, media) Koszty zmienne Koszty stałe Koszty stałe	<b>Strumienie przychodów</b> Za jaką wartość klienti są gotowi zapłacić? Za co klienti obecnie płacą? Jakże metody płatności są obecnie przyjmowane? Jak klienti wolęliby płacić? Jak jest wielkość poszczególnych strumieni przychodów w przychodach przedsiębiorstwa ogółem? <b>RODZAJE</b> Sprzedaż odtwarów Opłaty za korzystanie Opłaty za subskrypcję Licencjonowanie Opłaty pośredników Reklama Wynajem/Orientowa/Leasing <b>STALE CENY</b> Cenów Zależny od funkcjonalności produktu Zależny od segmentu klientów Zależny od wygody <b>CENY DYNAMICZNE</b> Negocjacje Zarządzanie zyskiem Marketing w czasie rzeczywistym				

Propozycja wartości stanowi odpowiedź na pytanie „**dlaczego**” warto z danym przedsiębiorstwem robić interesy.

Propozycja wartości **TO NIE** stwierdzenie mające zachęcić lub nakłonić do współpracy lub pomóc w pozycjonowaniu produktów lub usług przedsiębiorstwa.

Zastanowienie się nad propozycją wartości wymaga rozważenia następujących aspektów:

- zidentyfikowanie korzyści oferowanych przez produkt,
- wskazanie, dlaczego te korzyści są cenne,
- zidentyfikowanie głównego problemu klienta,
- połączenie wartości z tym problemem,
- wyróżnienie siebie, jako preferowanego dostawcy wartości.





## Rola propozycji wartości

Dysponowanie **propozycją wartości, która jest łatwa do przedstawienia i rozpoznawalna** jest co raz bardziej istotnym elementem w dzisiejszych czasach, w których jesteśmy nieustannie bombardowani ogromem informacji i mamy dostęp do wielu ich źródeł i w których konkurencja na rynku wciąż rośnie.

Przedsiębiorstwa, które odnoszą sukces na rynku, określają swoją propozycję wartości jeszcze przed wejściem na rynek i to na jej podstawie planują swoją działalność.

## Kluczowe elementy propozycji wartości

- Nowość
- Wydajność
- Dostosowanie do indywidualnych potrzeb
- Projekt
- Marka/Status
- Cena
- Obniżenie kosztów
- Obniżenie poziomu ryzyka
- Dostępność
- Wygoda/Użyteczność

Objaśnienia:

- **Wydajność** – lepsza wydajność od wielu lat jest rozpoznawalną cechą wielu produktów dostępnych na rynku, które nadal cieszą się ogromną popularnością i są ciągle ulepszane, aby ich wydajność była jeszcze lepsza.
- **Dostosowanie do indywidualnych potrzeb** – dla dzisiejszych klientów możliwość wyrażania samego siebie jest niezwykle istotna. Klienci obecnie oczekują, że produkty, z których korzystają, będą niejako stanowić przedłużenie ich odobowiesci i srodek, za posrednictwem ktorego beda oni w stanie siebie wyrazic.
- **Obniżenie poziomu ryzyka** – im mniejsze ryzyko związane z zakupem produktu lub uslugi, tym wieksza wartosc dla klienta i spokój ducha.





## Korzyści płynące z propozycji wartości

Dzięki dobrej propozycji wartości przedsiębiorstwa mogą:

- odróżnić się od konkurencji,
- podnieść jakość,
- zwiększyć udział w rynku,
- poprawić efektywność operacyjną.

## Rodzaje propozycji wartości

- Wartość funkcjonalna – „dla oka”
- Wartość finansowa – „dla portfela”
- Wartość społeczna – odczuwalna dzięki akceptacji innych
- Wartość psychologiczna – wyrażana emocjami, odczuciami
- Wartość obywatelska – z korzyścią dla ogółu społeczeństwa

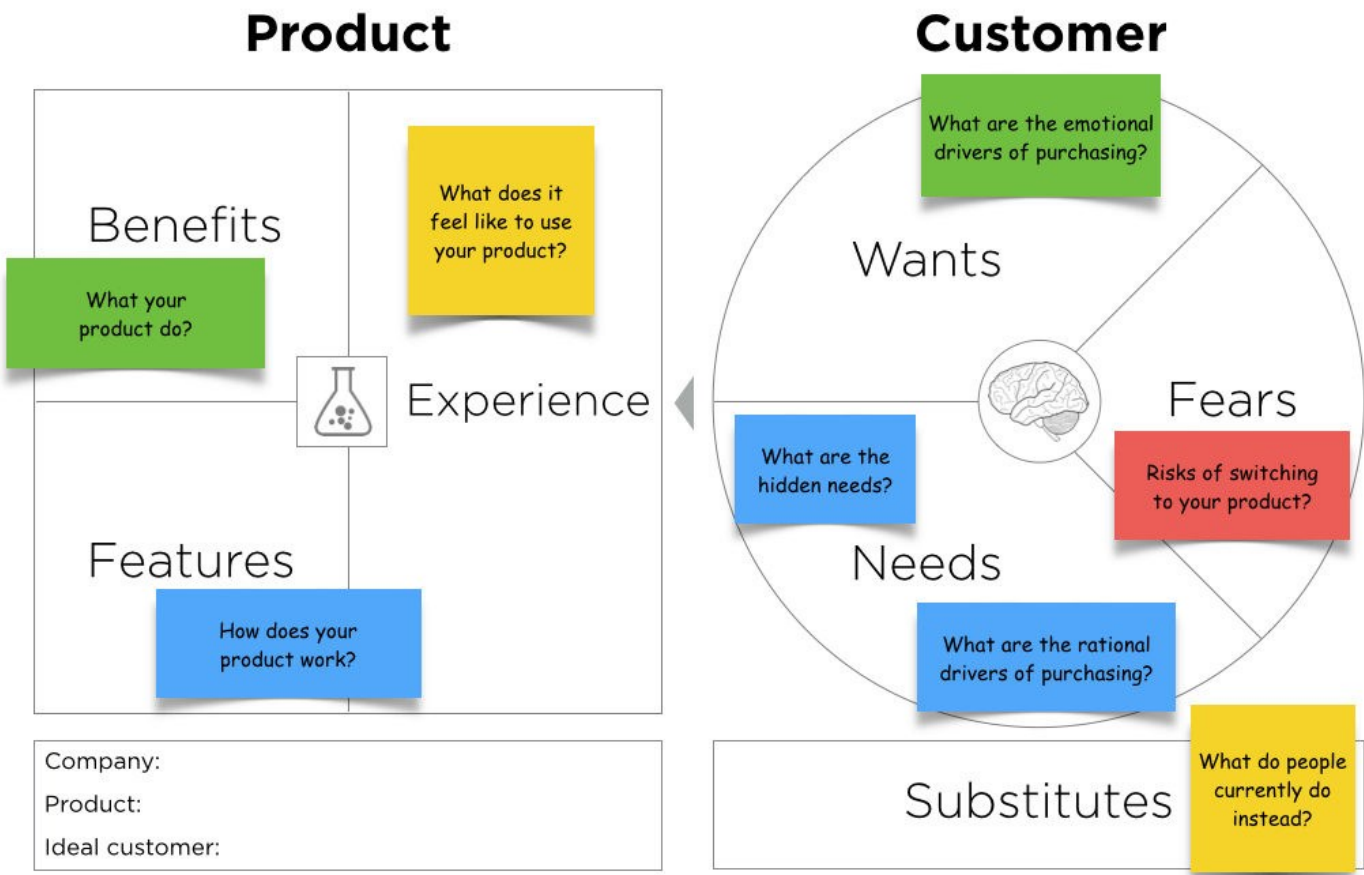




W propozycji wartości uwzględnia się następujące aspekty związane z:

- produktem (korzyści, doświadczenia, cechy),
- klientem (potrzeby, obawy).

## Value Proposition Canvas

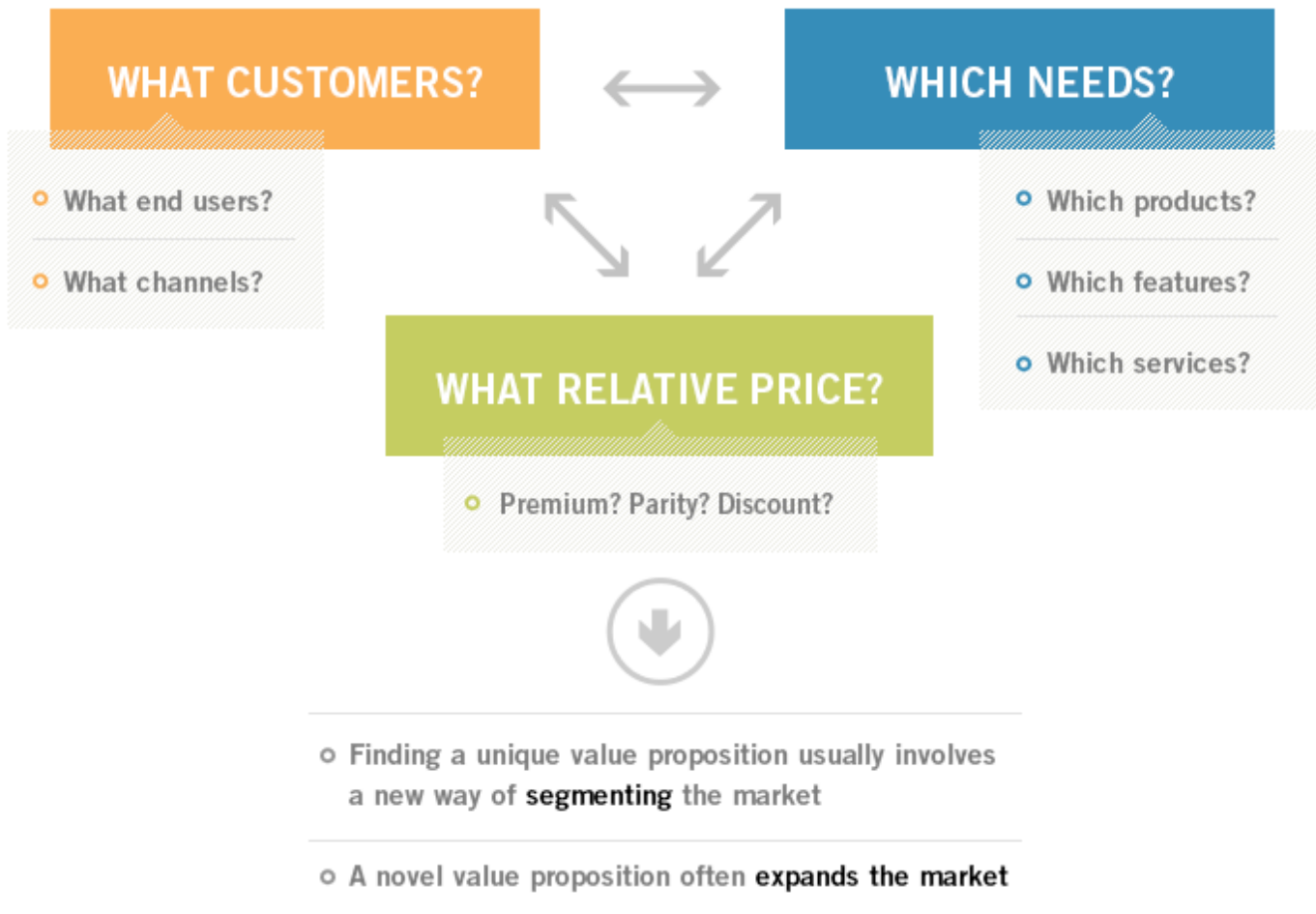


Based on the work of Steve Blank, Clayton Christensen, Seth Godin, Yves Pigneur and Alex Osterwalder. Released under creative commons license to encourage adaption and iteration. No rights asserted.





Zaoferowanie wysokiej jakości propozycji wartości wymaga udzielenia odpowiedzi na następujące pytania (zob. rysunek).



(ref.: <https://www.isc.hbs.edu/strategy/creating-a-successful-strategy/pages/unique-value-proposition.aspx>)





## Przykłady i dobre praktyki

### Propozycja wartości firmy Nike

- Dostępność
- Innowacja
- Marka/Status





### Propozycji wartości firmy Netflix

- Wygoda
- Duży wybór
- Konkurencyjne ceny

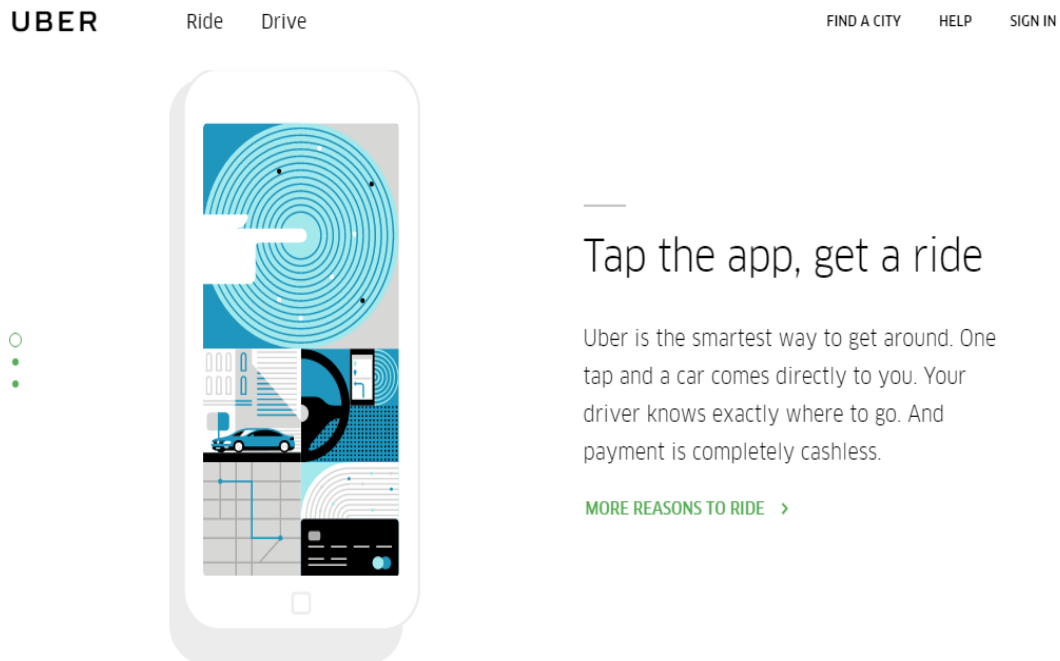






### Uber – najlepszy sposób na wygodne przemieszczanie się

- „Jedno kliknięcie i taksówka już podjeżdża”
- „Kierowca dokładnie wie, gdzie jechać”
- „Płatność bezgotówkowa”



Firma oferuje doświadczenie, które zdecydowanie różni się in plus od doświadczenia związanego z zamawianiem tradycyjnych usług taksówkarskich – nie trzeba dzwonić do obojętnych dyspozytorów, starać się wytłumaczyć zestresowanym taksówkarzom, gdzie się chce dojechać, ani martwić się, czy ma się wystarczającą kwotę w portfelu albo, czy taksówkarz będzie miał wydać resztę. Uber to po prostu szybkie i skuteczne rozwiązanie. Podkreśla to nawet motto opublikowane na górze strony firmy – „Twój dzień należy do Ciebie”.





### Propozycja wartości firmy Amazon

- „Bycie najbardziej zorientowaną na klienta firmą na świecie, w której klienci mogą znaleźć wszystko, czego potrzebują, po najniższych cenach”.



### Propozycja wartości firmy KFC

- „Dostarczać klientom najlepszy smak kurczaka smażonego według tajemnej receptury”.





## Odniesienia

- Value Proposition Canvas [accessed 21.09.2020]  
<https://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas/>
- Value Proposition Canvas [accessed 21.09.2020]  
<https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>
- How to Write a Value Proposition [accessed on 20.11.2020]  
<https://www.helpscout.com/blog/value-proposition-examples/>
- How to Build a Web Startup [accessed on 20.11.2020]  
<https://steveblank.com/2011/09/22/how-to-build-a-web-startup-lean-launchpad-edition/>

