



Propunere de Valoare

Introducere

Propunerea de valoare este crucială pentru antreprenori, deoarece descrie **beneficiile** pe care clienții le pot aștepta de la produsele și serviciile companiei. Una sau mai multe propuneri de valoare se pot aplica unui produs sau serviciu. Propunerea de valoare oferă valoare prin diferite elemente, de exemplu, design, preț, funcționalitate etc.

Scop

Scopul modulului de propunere de valoare este de a sprijini antreprenorii și companiile să identifice propuneri de valoare, care sunt importante pentru potențialii lor clienți.

Rezultatele învățării

La sfârșitul învățării veți fi capabili să:

- definiți conceptul de propunere de valoare;
- indicați elementele propunerii de valoare;
- identificați tipurile de propuneri de valoare;
- plasați propunerea de valoare în modelul de business;
- oferiți exemple ale unora dintre cele mai populare propuneri de valoare de pe piață;
- selectați cea mai potrivită propunere de valoare pentru a satisface clienții.

Cuvinte cheie

- IMM-uri
- model de business/afaceri
- profit
- interes
- relevanță
- diferențiere





Aspecte teoretice

| Diagrama Modelului de Business | | Creat pentru: | Creat de: | Data: | Versiune: | |
|---|--|--|---|--|---|---|
| <p>Parteneri cheie</p> <p>Cine sunt partenerii cheie? Cine sunt furnizorii? Ce Resurse cheie sunt necesare de la parteneri? Ce Activități cheie asigură partenerii?</p> <p>MOTIVAȚIE PENTRU PARTENERIAT Optimizare și economie Reducerea riscului și a incertitudinii Achiția de resurse și activități</p> | <p>Activități cheie</p> <p>Ca Activități cheie necesită Propunerea de valoare? De Canalele de distribuție? Relațiile cu clienții? Fluxul de venituri?</p> <p>CATEGORII Produse Rezolvare de probleme Platformă/Rețea</p> | <p>Propunere de valoare</p> <p>Ca valoare oferim pentru client? Ca problemă să rezolvăm pentru clienții noștri? Ce pachete de produse și servicii oferim fiecărui segment de clienți? Ce nevoi satisfăcăm clienților?</p> <p>CARACTERISTICI Nouitate Performanță Personalizare "Trembă bine înțucată" Prestanță Măruț/Stăut Preț Reducerea costului Reducerea riscului Accesibilitate Comoditate/Utilizare</p> | <p>Relațiile cu clientul</p> <p>Ce tip de relație se așteaptă să stabilim și să menținem fiecare Segment de clienți? Ce relații am stabili? Cum sunt relațiile cu clienții integrate cu restul modelului nostru de business? Cât de costisitoare sunt relații cu clienții?</p> <p>EXEMPLE Asistență personală Asistență personală dedicată Autoservire Serviciu automat Comunități Co-creație</p> | <p>Segmentul clienți</p> <p>Pentru cine creăm valoare? Cine sunt cei mai importanți clienți ai noștri?</p> <p>Plata generată Plata de mijloc Segment Diversificat Platforma subțire</p> | <p>Resurse cheie</p> <p>Ca Resurse cheie sunt necesare pentru a Propunere de valoare? De Canalele de distribuție? Relații cu clienții? Fluxul de venituri?</p> <p>TIPIURI DE RESURSE Fizice Intellectuale (patente, copyright, date) Umane Financiare</p> | <p>Canale</p> <p>Prin ce Canale se ajunge la Segmentul de clienți? Cum ajungem la clienți acum? Cum sunt integrate canalele noastre? Care funcționează cel mai bine? Care sunt cele mai rentabile? Cum integram canalele cu restul clienților?</p> <p>FAZEL CANALELOR 1. Conștientizare - Cum promovăm produsele și serviciile companiei noastre? 2. Evaluare - Cum îi ajutăm pe clienți să evalueze propunerea de valoare prezentată de organizația noastră? 3. Acțiune - Cum permitem clienților să cumpere produse și servicii specifici? 4. Livrare - Cum livrăm Propunerea de valoare clienților? 5. Post-vânzare - Cum oferim asistență pentru clienți?</p> |
| <p>Structura de costuri</p> <p>Care sunt cele mai importante costuri inerente modelului de business? Care sunt cele mai scumpe Resurse cheie? Care sunt cele mai scumpe Activități cheie?</p> <p>ACTIVITATEA COMPANIEI ESTE DIRECȚIONATĂ SPRE Costuri (ca mai slabă structură de cost, propunere de preț scăzut, automatizare maximă, extindere externă) Valoare (ca pe crearea de valoare, propunere de valoare premium)</p> <p>EXEMPLE CARACTERISTICI Costuri fixe (salarii, chiri, utilități) Costuri variabile Economie la nivelul companiei Economie în funcție de scop</p> | <p>Fluxuri de venituri</p> <p>Pentru ce sunt dispuși să plătească clienții noștri? Pentru ce plătesc în prezent? Cum plătesc în prezent? Cum ar prefera să plătească? Că contribuie fiecare flux de venituri la veniturile totale?</p> <table border="0"> <tr> <td> <p>TIPIURI Vânzare activă Taxă de utilizare Abonament Licență Taxe de brokeraj Publicitate Împrumut / închiriere / leasing</p> </td> <td> <p>PREȚ FIX Preț fix Dependent de produs Dependent de clienți Dependent de volum</p> </td> <td> <p>PREȚ FLEXIBIL Negociere Gestionarea randamentului Plata în timp real</p> </td> </tr> </table> | <p>TIPIURI Vânzare activă Taxă de utilizare Abonament Licență Taxe de brokeraj Publicitate Împrumut / închiriere / leasing</p> | <p>PREȚ FIX Preț fix Dependent de produs Dependent de clienți Dependent de volum</p> | <p>PREȚ FLEXIBIL Negociere Gestionarea randamentului Plata în timp real</p> | | |
| <p>TIPIURI Vânzare activă Taxă de utilizare Abonament Licență Taxe de brokeraj Publicitate Împrumut / închiriere / leasing</p> | <p>PREȚ FIX Preț fix Dependent de produs Dependent de clienți Dependent de volum</p> | <p>PREȚ FLEXIBIL Negociere Gestionarea randamentului Plata în timp real</p> | | | | |

O propunere de valoare este o afirmație care răspunde la întrebarea: „**de ce**” ar trebui să faci ceva afaceri cu tine?

O propunere de valoare **NU** este un stimulent, un slogan sau o declarație de poziționare.

Pentru a vă gândi la propunerea de valoare, trebuie să luați în considerare mai întâi următoarele aspecte:

- Identificați toate avantajele pe care le oferă produsul dumneavoastră.
- Descrieți în ce constă valoarea acestor beneficii.
- Identificați principalele probleme și nevoi ale clientului dumneavoastră.
- Conectați această valoare la problemele și nevoile cumpărătorului.
- Diferențiați-vă ca furnizor preferat al acestei valori.





Rolul propunerii de valoare

A avea o **propunere de valoare ușor de comunicat și de recunoscut** este din ce în ce mai important în lumea de astăzi, în care oamenii sunt bombardați cu o multitudine de informații, dintr-o varietate de surse media și unde există numeroși concurenți pentru afacerea unei companii.

Firmele de succes își elaborează propunerea de valoare unică înainte de a intra pe piață și își proiectează operațiunile de afaceri în conformitate cu propunerea lor de valoare.

Elemente cheie ale propunerii de valoare

- Noutate
- Performanță
- Personalizare
- Proiectare
- Marcă / Stare
- Preț
- Reducerea costurilor
- Reducerea riscului
- Accesibilitate
- Comoditate / utilizare

Explicații:

- **Performanța** - performanța mai bună a fost semnul distinctiv al multor oferte de produse de-a lungul anilor, majoritatea industriilor reușind să prospere timp de decenii cu versiuni de performanță îmbunătățite ale aceluiași produse.
- **Personalizarea** - consumatorii de astăzi cred în auto-exprimare și individualism. Ei se așteaptă ca produsele pe care le folosesc să fie o extensie a personalității lor și un mediu prin care își pot comunica valorile și prioritățile lumii.
- **Reducerea riscului** - cu cât riscul asociat achiziționării unui produs sau serviciu este mai mic, cu atât un client obține mai multă valoare din acesta. O reducere a riscului asociat cu o achiziție oferă liniște sufletească unui consumator.





Beneficiile propunerii de valoare

Prin oferirea unei bune propunerii de valoare, companiile pot:

- Oferi clienților ceva unic, creând astfel diferențierea și sporind avantajul competitiv.
- Crește calitatea produselor sau serviciilor lor.
- Câștiga cote de piață.
- Îmbunătăți eficiența operațională.

Tipuri de propuneri de valori

- Valoare funcțională - prin „ochi”
- Valoare monetară - prin „portofel”
- Valoare socială - prin acceptarea de către ceilalți
- Valoare psihologică - prin expresii, sentimente
- Valoarea colectivă - printr-un beneficiu colectiv

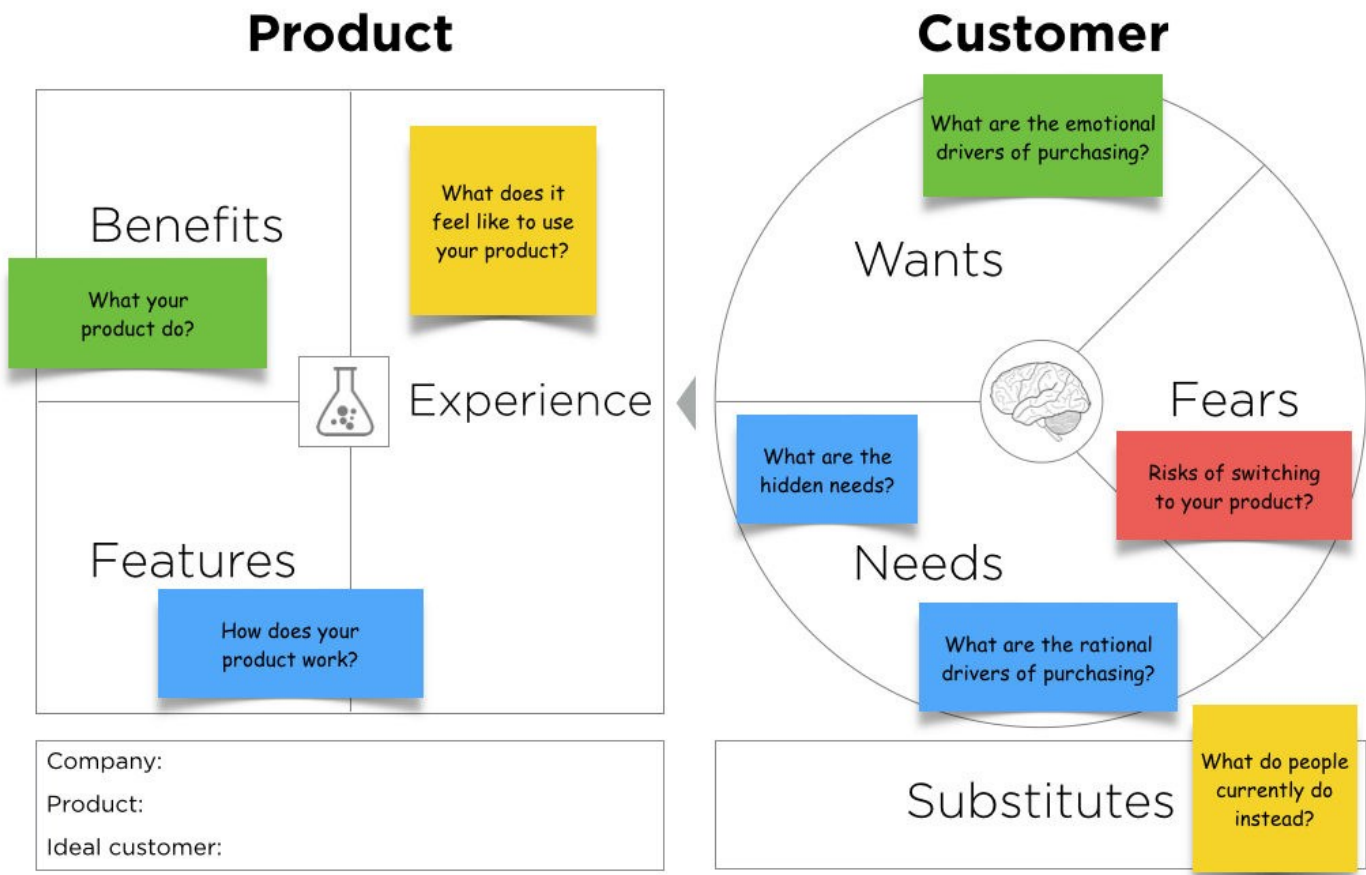




Propunerea de valoare ar trebui să ia în considerare următoarele aspecte legate de:

- Produs (beneficii, experiențe, caracteristici)
- Client (doriințe, necesități, temeri)

Value Proposition Canvas

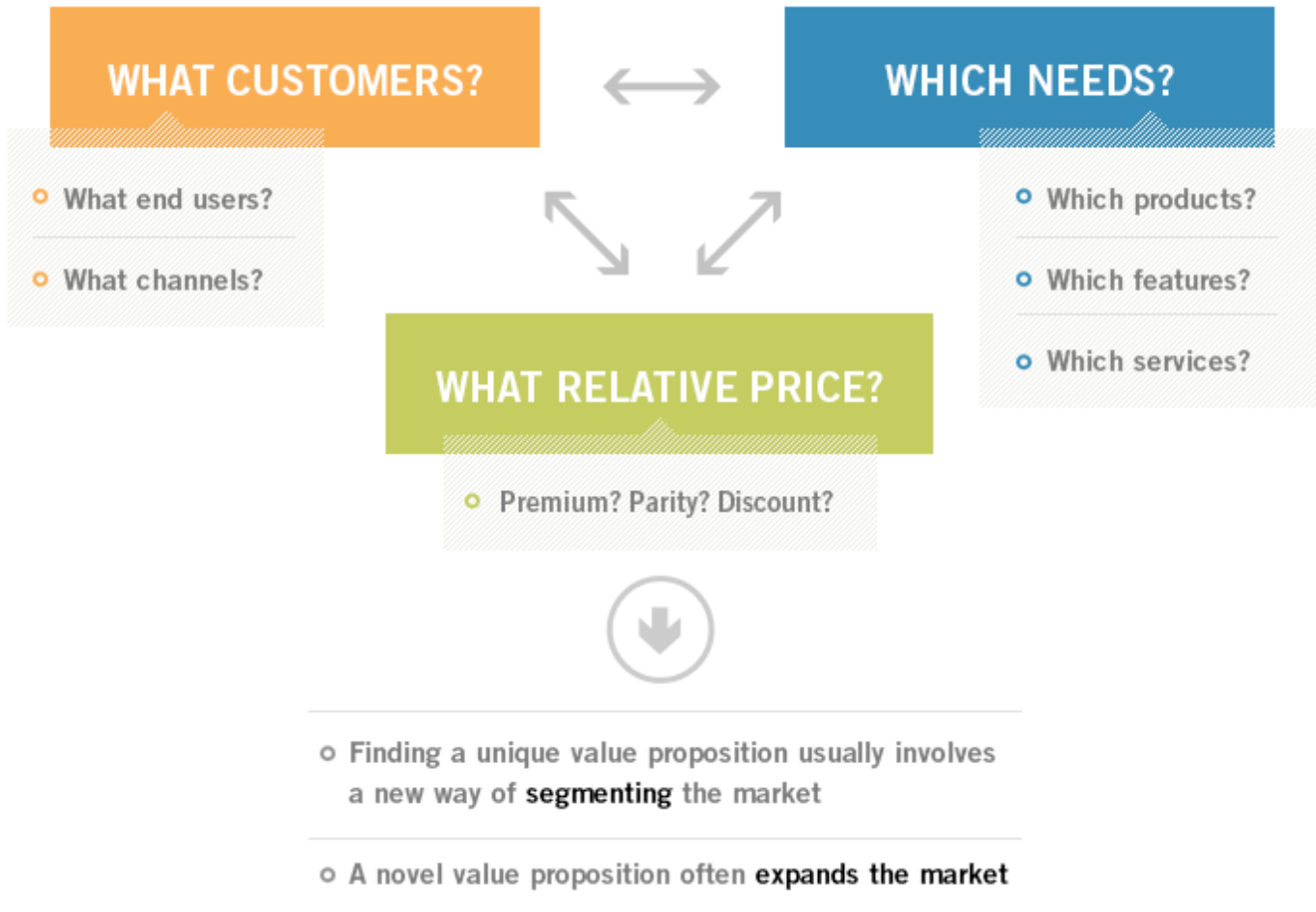


Based on the work of Steve Blank, Clayton Christensen, Seth Godin, Yves Pigneur and Alex Osterwalder. Released under creative commons license to encourage adaption and iteration. No rights asserted.





Pentru a oferi o propunere de valoare de înaltă calitate, este necesar să răspundem la următoarele întrebări (a se vedea figura):



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





Exemple și bune practici

Propunerea de valoare de la Nike

- Accesibilitate
- Inovație
- Marcă/stare





Propunerea de valoare de la Netflix

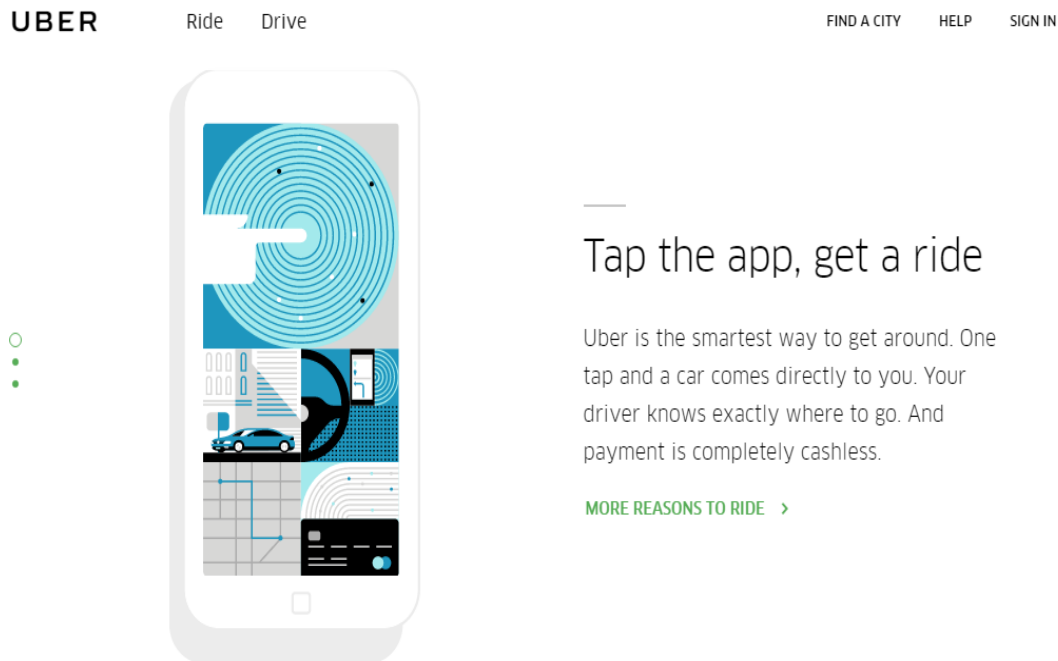
- Confort,
- Gama de selecție,
- Prețuri competitive.





Uber – The Smartest Way to Get Around

- „O singură atingere și o mașină vine direct la tine”
- „Șoferul știe exact unde să meargă”
- „Plata este complet fără numerar”



Contrastează direct experiența obișnuită a folosirii unui taxi - fără apeluri telefonice către dispeceri dezinteresați, fără conversații dureroase în care încercă să explici unui taximetrist locul în care te afli și fără să te gândești la schimbări sau să-ți faci griji că ai suficiente facturi de plătit. Doar un mod rapid și eficient de a ajunge unde dorești. Acest lucru este întărit de mesajele aspiraționale către partea de sus a paginii de pornire Uber, care afirmă că „ziua ta îți aparține”.





Propunerea de valoare de la Amazon

- „Să fie compania cea mai centrată pe client, unde clienții pot găsi și descoperi orice ar putea dori să cumpere online și se străduiește să ofere clienților săi cele mai mici prețuri posibile.”



amazon



Propunerea de valoare de la KFC

- „Pentru a oferi o aromă unică sau o „rețetă secretă” de pui prăjit ... arată mai mult conținut ...”





Referințe bibliografice și Web

- Diagrama propunerii de valoare [accesat 21.09.2020]
<https://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas/>
- Diagrama propunerii de valoare [accesat 21.09.2020]
<https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>
- Cum se scrie o propunere de valoare [accesat on 20.11.2020]
<https://www.helpscout.com/blog/value-proposition-examples/>
- Cum se creează un startup Web [accesat on 20.11.2020]
<https://steveblank.com/2011/09/22/how-to-build-a-web-startup-lean-launchpad-edition/>

