



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
РАЗВИТИЕ НА
ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

Предложение за стойност към клиента

Обучение за стартиращи предприемачи

по

Проект BG05M9OP001- 4.001- 0013

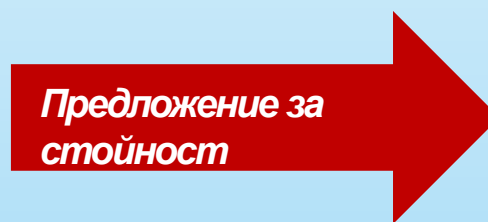
„ИКТ в полза на стартиращи предприемачи“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Предложение за стойност



ПРОДУКТ/ УСЛУГА



КЛИЕНТ

Предложение за стойност са ползите, които целевите ни клиенти очакват от нашите продукти.

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Предложение за стойност



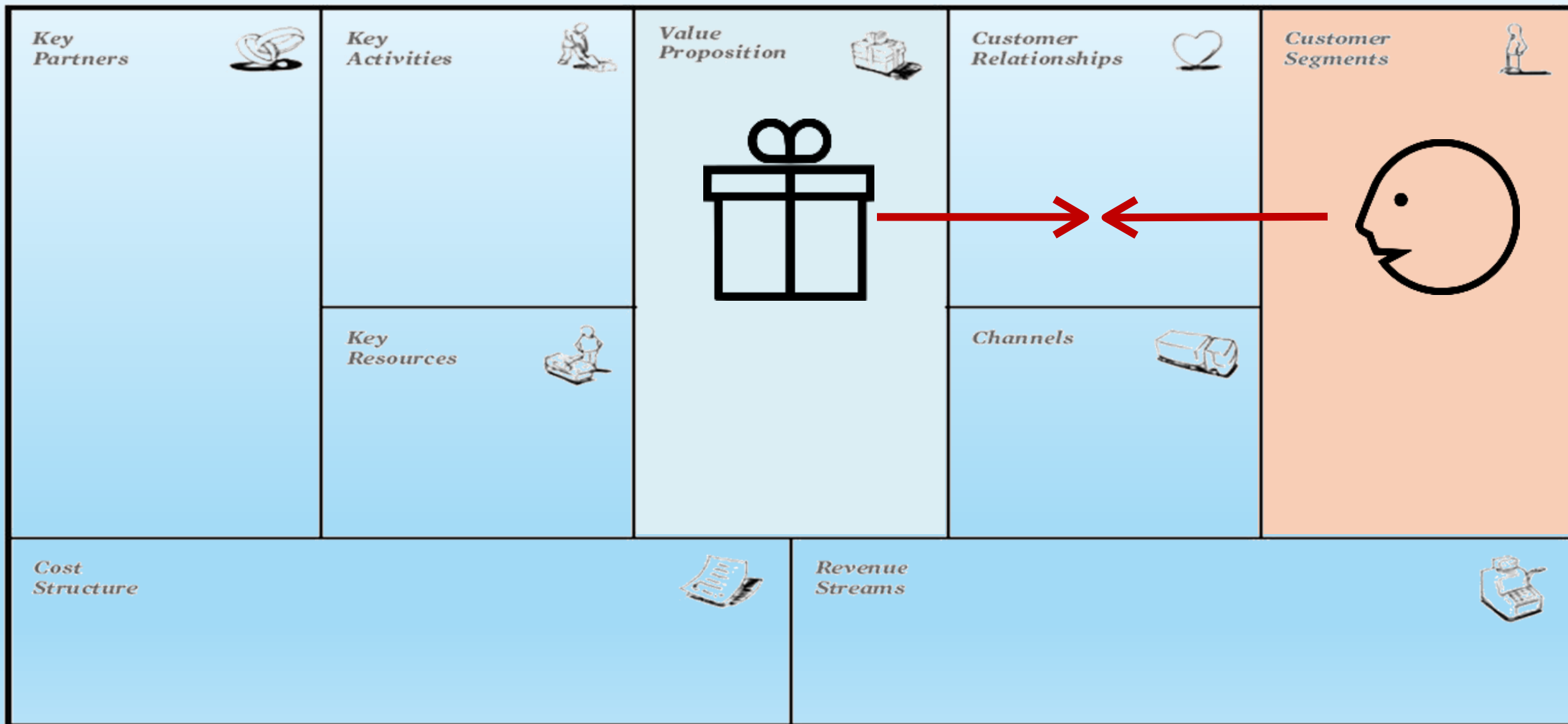
ПРОДУКТ/ УСЛУГА



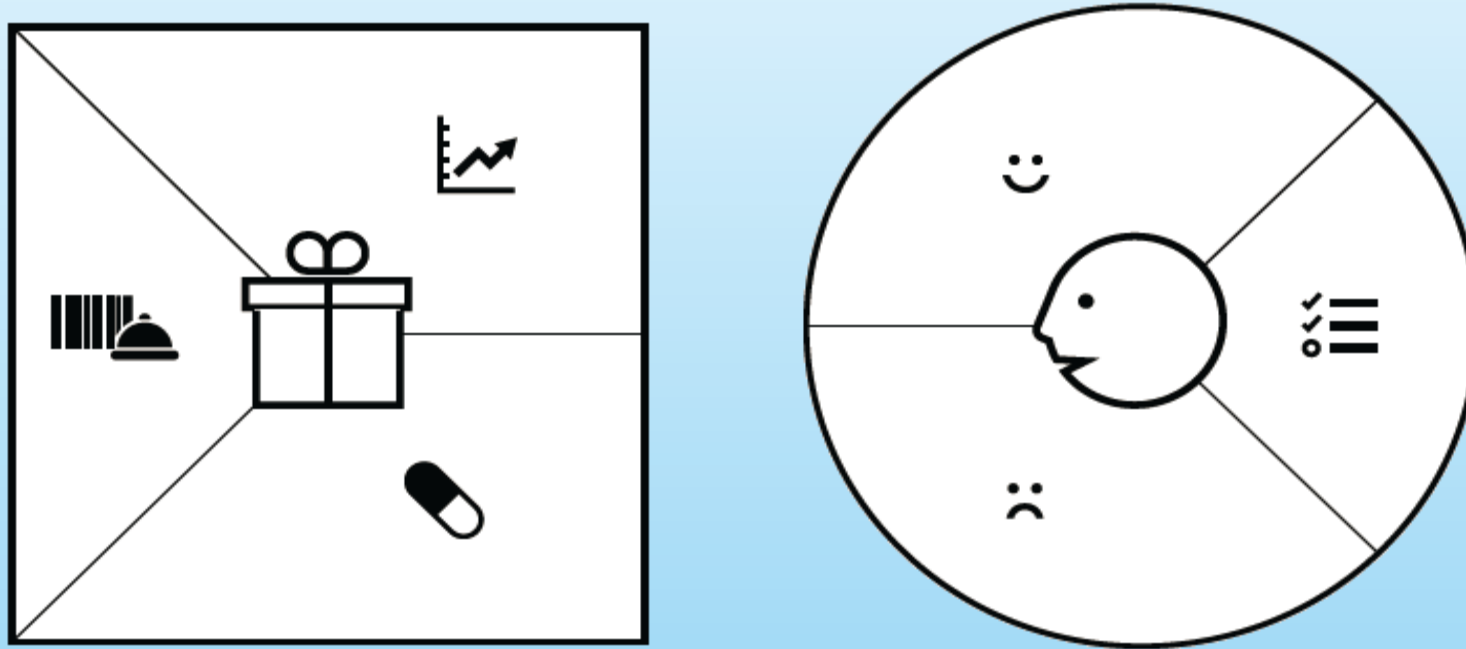
КЛИЕНТ

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Канава на бизнес модел



Канава на предложение за стойност

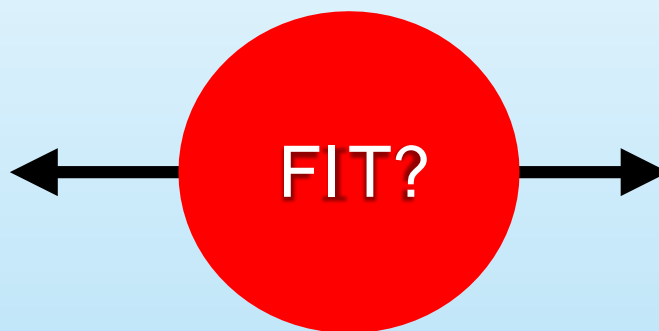


Подпомага създаването на продукти и услуги, които клиентите ни искат чрез визуализиране, моделиране и тестване на процеса на създаване на стойност за клиентите в удобен и структуриран табличен вид.



Карта на стойността

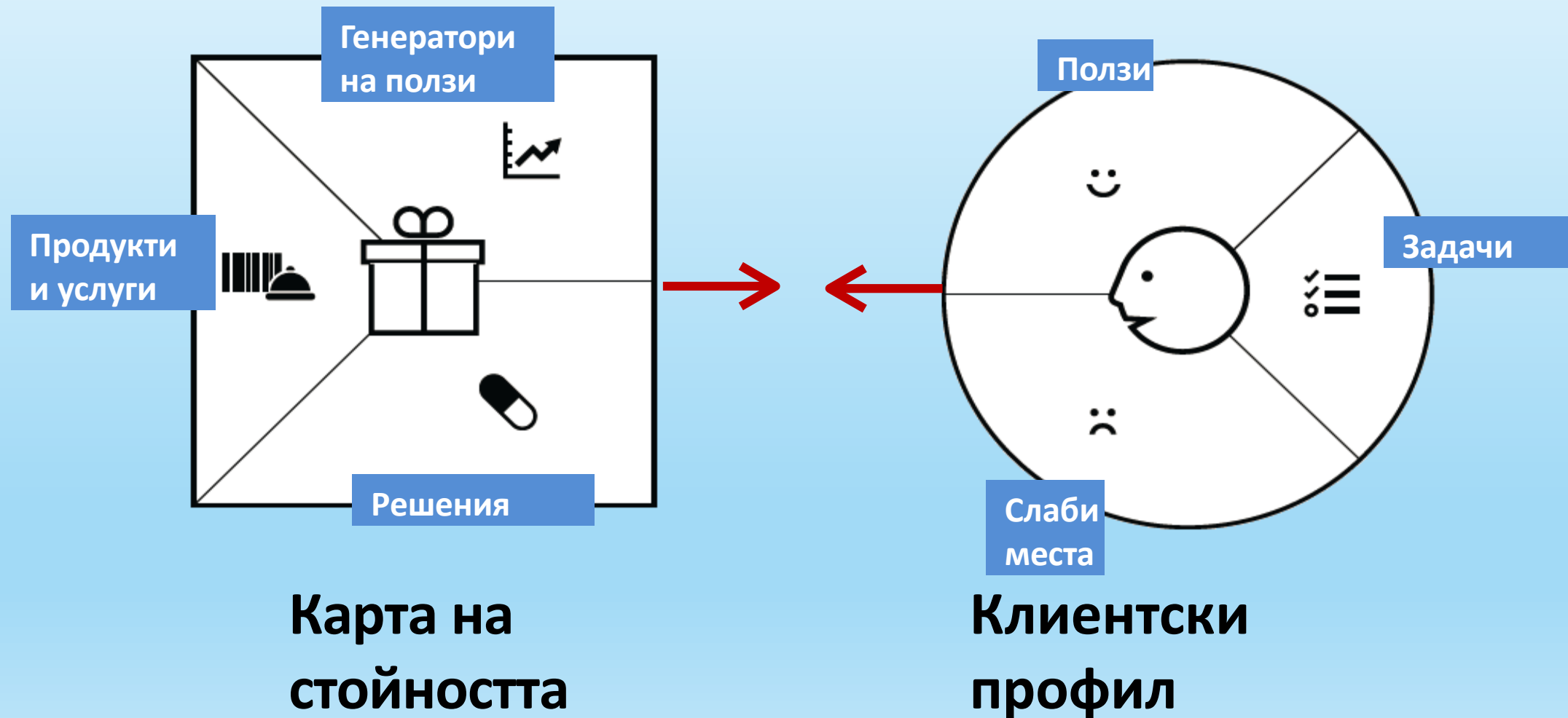
*Съвкупността от ползи, които
създавате, за да привлечате
клиентите си*



Клиентски профил

*Съвкупността от
характеристики на целевите ни
клиенти, които предполагаме,
наблюдаваме и сверяваме на
пазара*

Канава на предложение за стойност



Избор на клиентски сегмент

Клиентски сегмент са групи хора или организации с общи характеристики, за които вашата компания създава стойност и се стреми да достигне.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Признаци за обособяване на клиентски сегменти



Демографски

Възраст

Пол

Доход

Семеен
статус

Етнически
произход



Географски

Местна
принадлежност

Национална

Регионална

Международна



Поведенчески

Навици

Хобита

Общуване



Психографически

Разбирания

Ценности

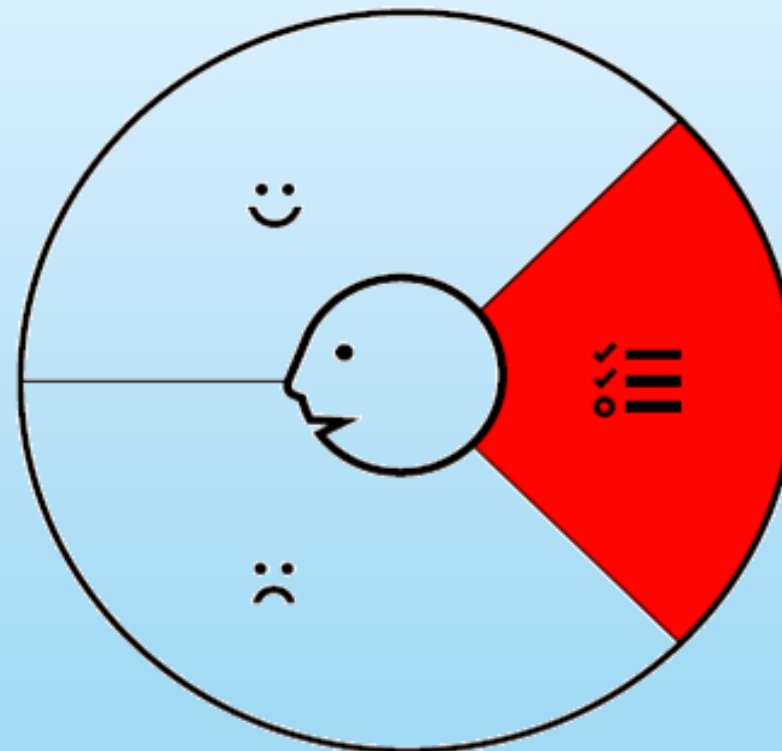
Нагласи

Задачи

➤ **Определение – задачите са**
неразделна част от ежедневието на
клиенския сегмент, независимо дали в
личен или професионален план

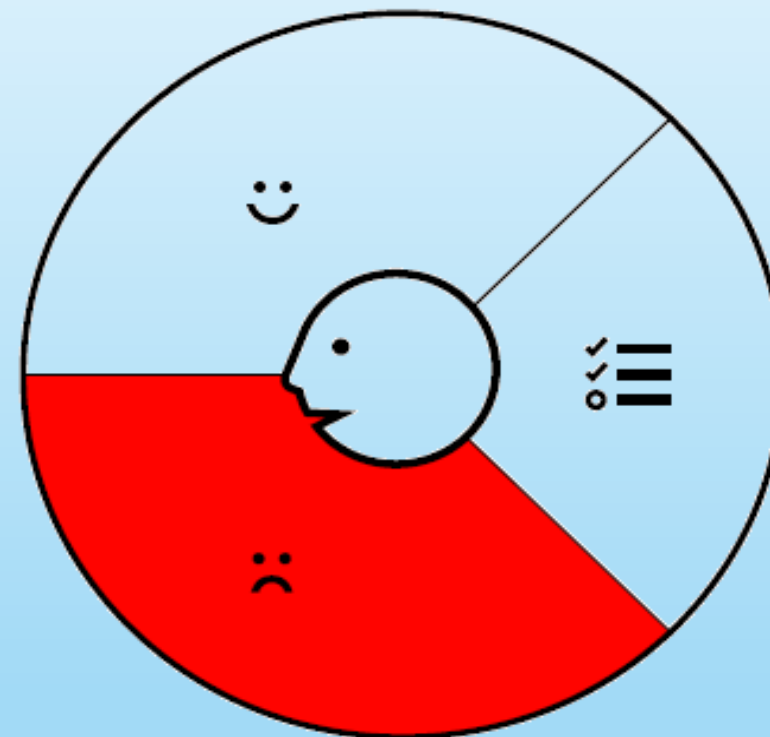
➤ **Видове**

- Функционални
- Социални
- Емоционални



Слаби места

- **Определение** – болките, проблемите, които клиентският ни сегмент среща, докато се опитва да изпълнява важните си задачи
- Какви възможни решения към момента използват целевите ни клиенти за преодоляване на проблемите си?
 - С кои от проблемите конкурентните продукти/услуги не могат да се справят изобщо или изцяло?

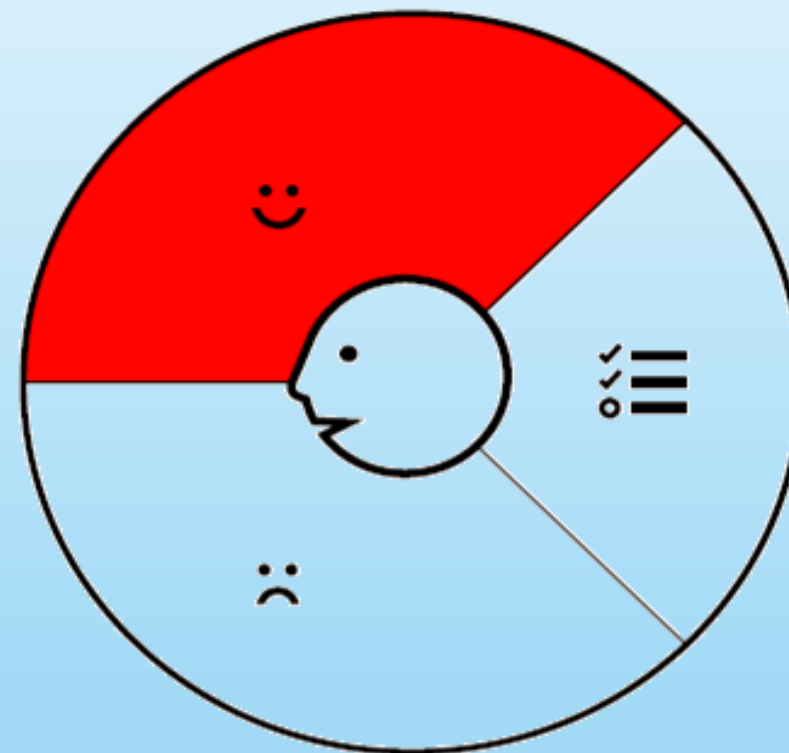


Ползи

- **Определение** – всички позитиви, които избраният клиентски сегмент желае и търси
- Какво очакват клиентските сегменти и какво би надминало очакванията им?
 - За какво мечтаят и търсят?
 - Какво би направило живота на потребителите по-лесен?
Какви спестявания са важни за клиентите – на време, усилия, пари?

➤ **Видове**

- Задължителни ползи
- Очаквани ползи
- Желани ползи
- Неочаквани ползи



Принципи при работа с клиентски профил

- Не правете общ профил на няколко клиентски сегмента
- Приоритизирайте

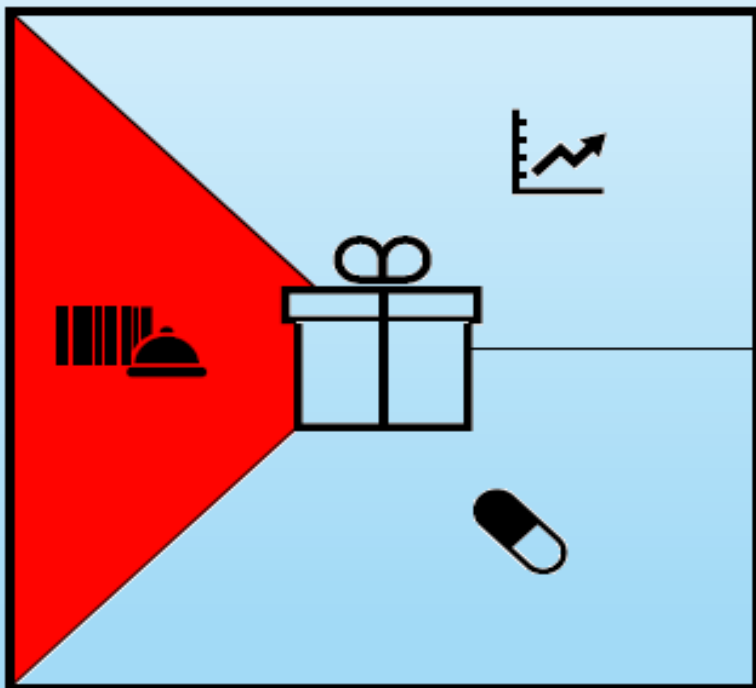
важни
задачи

сериозни
слаби места

съществени
ползи

- Търсете обратна връзка от клиентския сегмент – идентифицирайте важни за клиентите задачи, проблеми и ползи, не за вас
- Бизнесът трябва да бъде клиентски, а не продуктово ориентиран

Продукти и услуги



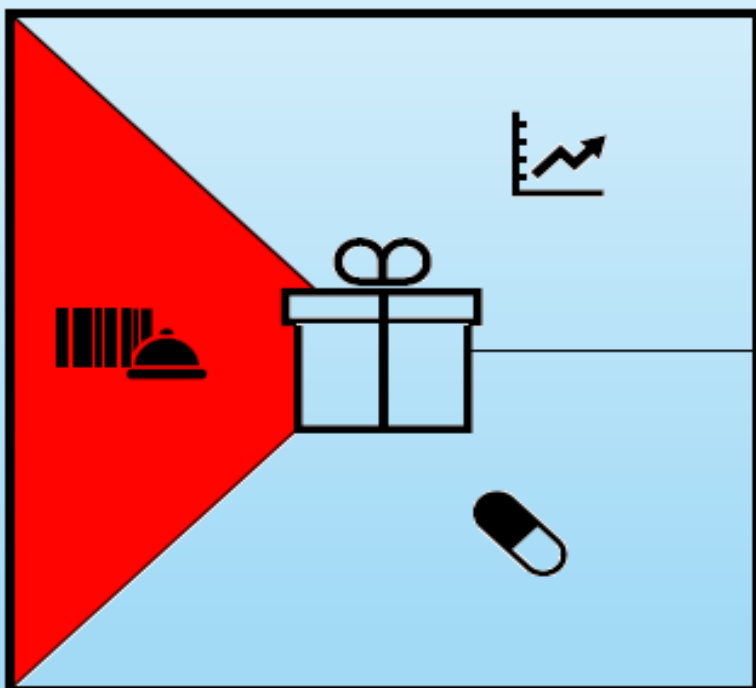
➤ **Определение** – описват се конкретните продукти и услуги, които служат, за да се удовлетворят нуждите и задачите на клиентския сегмент от функционално, социално или емоционално естество.

➤ **Видове**

- Материални
- Нематериални
- Дигитални
- Финансови

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

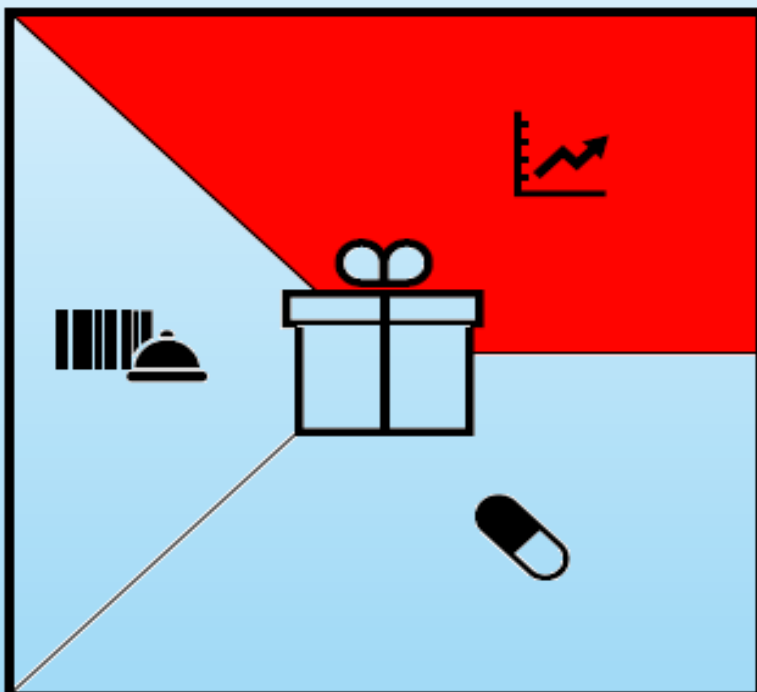
Решения



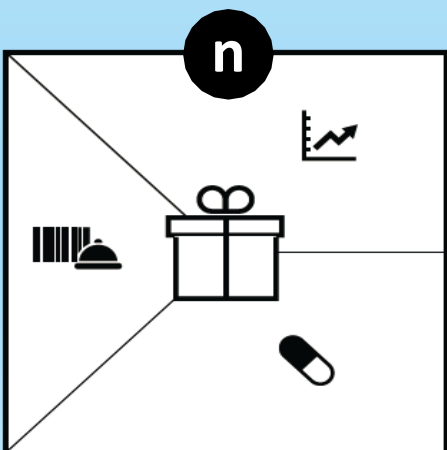
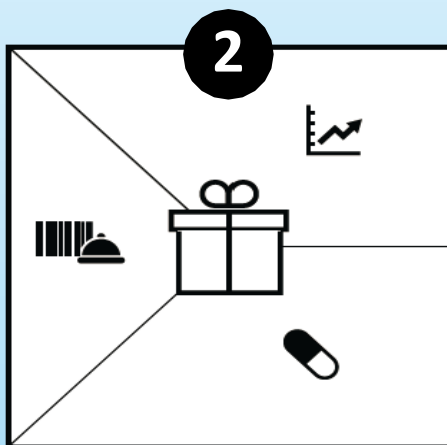
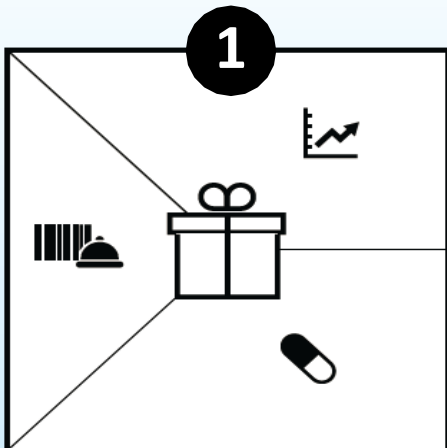
➤ **Определение** – описват как продуктите/ услугите помагат да се намалят или елиминират рисковете и неприятните емоции, които клиентите срещат, докато изпълняват задачите си

- Как можете да създадете спестявания?
- Как може да накарате целевите клиенти да се чувстват по-добре?
- Как можете да подобрите съществуващи решения?
- Как можете да елиминирате съществуващи рискове за вашите клиенти – социални, финансови и др.
- Как може да помогнете на клиентите да избягват общи грешки?

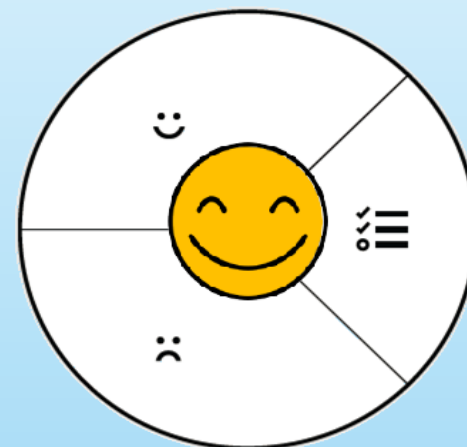
Генератори на ползи



- **Определение** – описват как продуктите и услугите ви създават или увеличават ползите, които клиентите ви очакват, търсят или желаят
- Създавате ли спестявания, които правят клиентите ви щастливи?
 - Удоволетворявате ли/ надхвърляте ли очакванията на клиентите си?
 - Създавате ли повече ползи от съществуващите решения – качество, удобство, дизайн?
 - Правите ли нещо, за което клиентите мечтаят?
 - Правите ли живота на клиентите си по-добър или по-лесен?

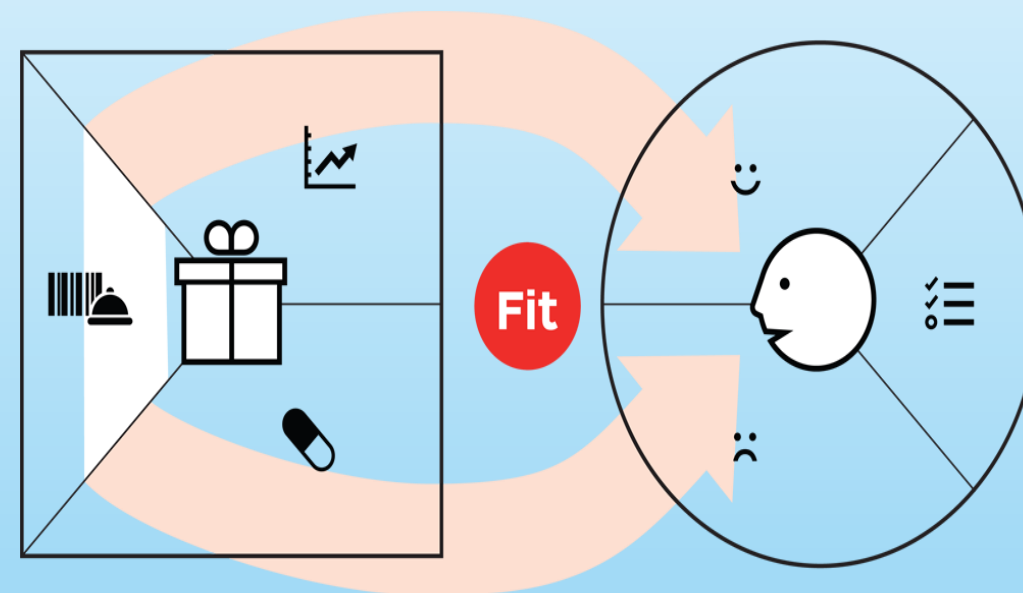


Максимално
съответствие



Видове съответствие

- **Проблем – решение** – съответствието е на хартия, няма доказателства
- **Продукт – пазар** - имате доказателство, че продуктите и услугите ви създават търсено предложение за стойност, което може да бъде проследено на пазара
- **Бизнес модел съответствие** - предложението за стойност може да бъде вплетено в печеливш, измерим и проследим бизнес модел



Видео



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

ad-lib

VALUE
PROPOSITION
TEMPLATE

Our Taxi Smartphone App
 *Products and Services*

help(s) Taxi passengers
 *Customer Segment*

who want to
book a taxi

 *jobs to be done*

by minimizing waiting time for a taxi
 *verb (e.g., reducing, avoiding)*  *and a customer pain*

and enjoying affordable prices ■
 *verb (e.g., increasing, enabling)*  *and a customer gain*

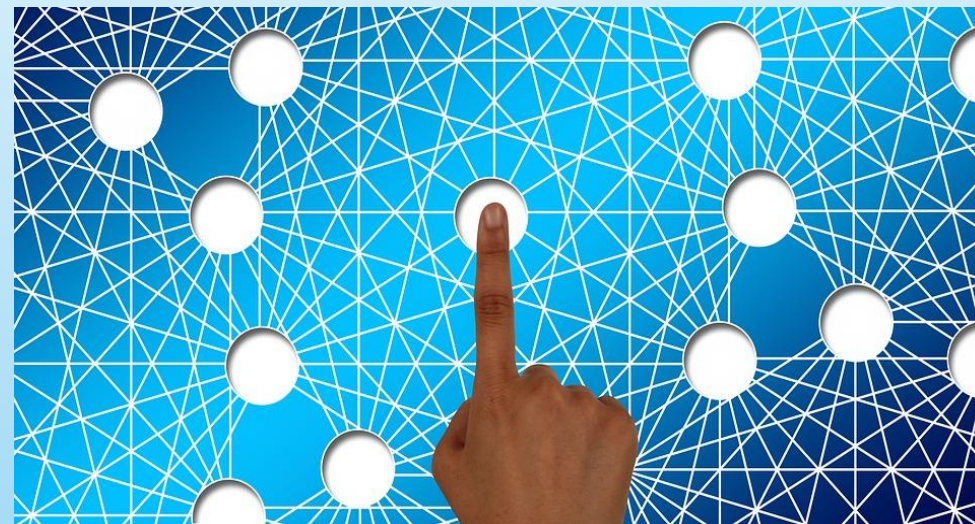
(unlike Typical taxi services by phone **)**
 *competing value proposition*

Характеристики на отличните предложения за стойност

- *Част са от отлични бизнес модели*
- *Фокусират се върху малко решения и генератори на ползи, но го правят изключително добре*
- *Фокусират се върху задачи, проблеми и ползи за многоброен клиентски сегмент или за ограничен клиентски сегмент, който е готов да плати много*
- *Отразяват как потребителите измерват успеха*
- *Фокусират се върху най-важните задачи, най-сериозните слаби места и най-съществените ползи*

Характеристики на отличните предложения за стойност

- Различават се чувствително от конкурентните предложения
- Адресират не само функционални, но и социални и емоционални задачи
- По-добри са от конкурентните предложения поне по един показател
- Трудно е да бъдат копирани
- Фокусират се върху незадоволени задачи, проблеми и ползи





Благодаря за вниманието!

Маргарита Стипцова

„И-Деа Консултинг“

E-mail адрес: m.stiptsova@i-dea.eu

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“,
съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз