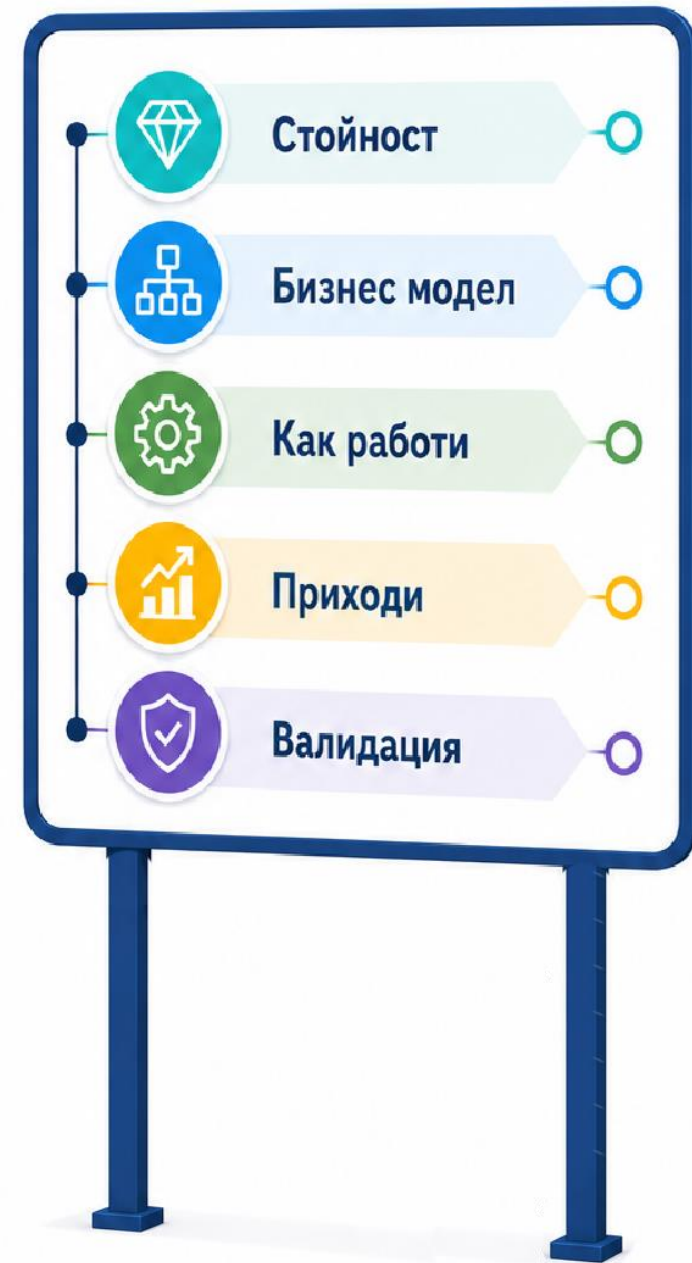


Тема 2 – част 1

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА СТОЙНОСТ

(Value Proposition)

- ✓ Каква стойност създавам?
- ✓ Как изглежда целият ми бизнес?
- ✓ Как работи той отвътре?
- ✓ Как печели пари?
- ✓ Откъде знам, че всичко това ще проработи?



Тема 2 – част 1

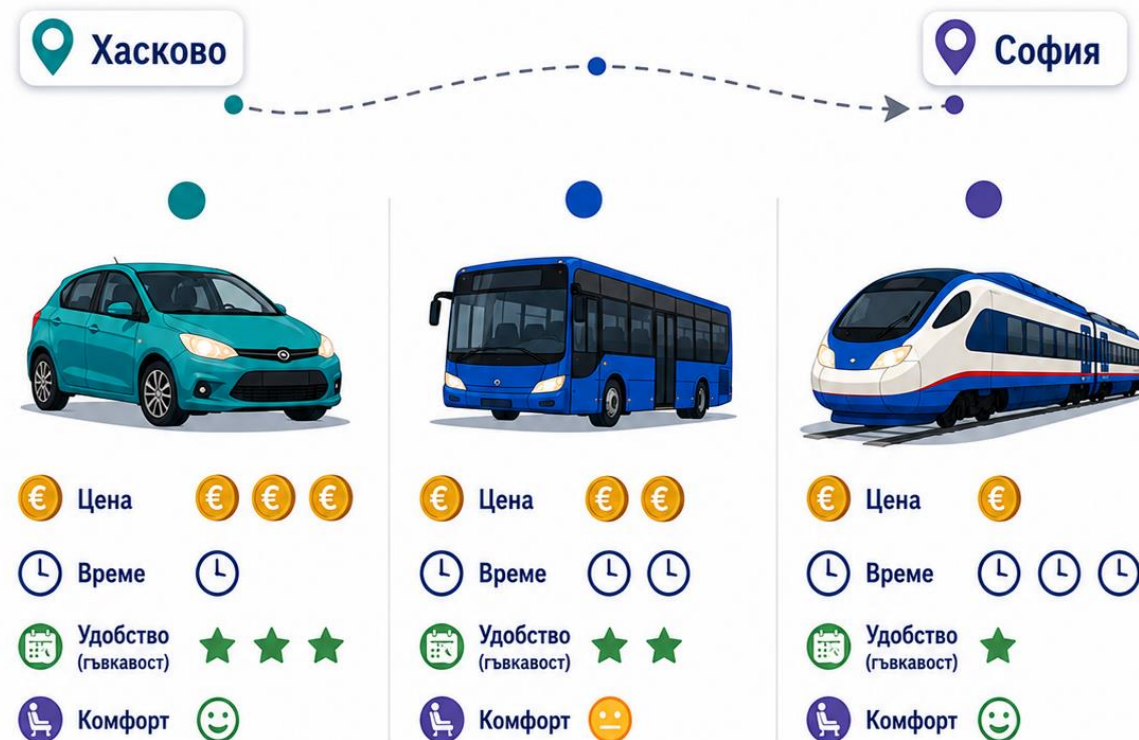
Как клиентът избира между много решения?

Един и същ проблем често има повече от едно решение. Но защо различните клиенти правят различен избор?

Какво влияе на избора:

- ✓ Цена / Време / Скорост
- ✓ Удобство / Качество / Надеждност
- ✓ Емоция
- ✓ Друго?

Клиентът избира решението, което създава най-голяма стойност за него.



Тема 2 – част 1

Шаблон на *предложение за стойност* (Value Proposition Canvas)



Тема 2 – част 1

Различни инструменти за разбиране на клиента



КЛИЕНТСКИ ПРОФИЛ

(Value Proposition Canvas)



Какво описва?

- ✓ Какво се опитва да постигне клиентът?
- ✓ Какво го затруднява?
- ✓ Какви ползи очаква?



Използва се:

За изграждане на
Предложение за стойност.



В курса:

- ✓ Разглеждаме СЕГА



КЛИЕНТСКИ СЕГМЕНТ

(Business Model Canvas)



Какво описва?

За кои групи клиенти
създаваме стойност?



Използва се:

За изграждане на
Бизнес модел.



В курса:

- ➔ По-късно в курса
(при Канавата на бизнес модела)



ПЕРСОНА

(маркетингов профил)



Какво описва?

Типичен представител на
един клиентски сегмент.



Използва се:

При маркетинг
и продажби.



В курса:

- ➔ По-късно в курса
(при темата за продажбите
и маркетинга)

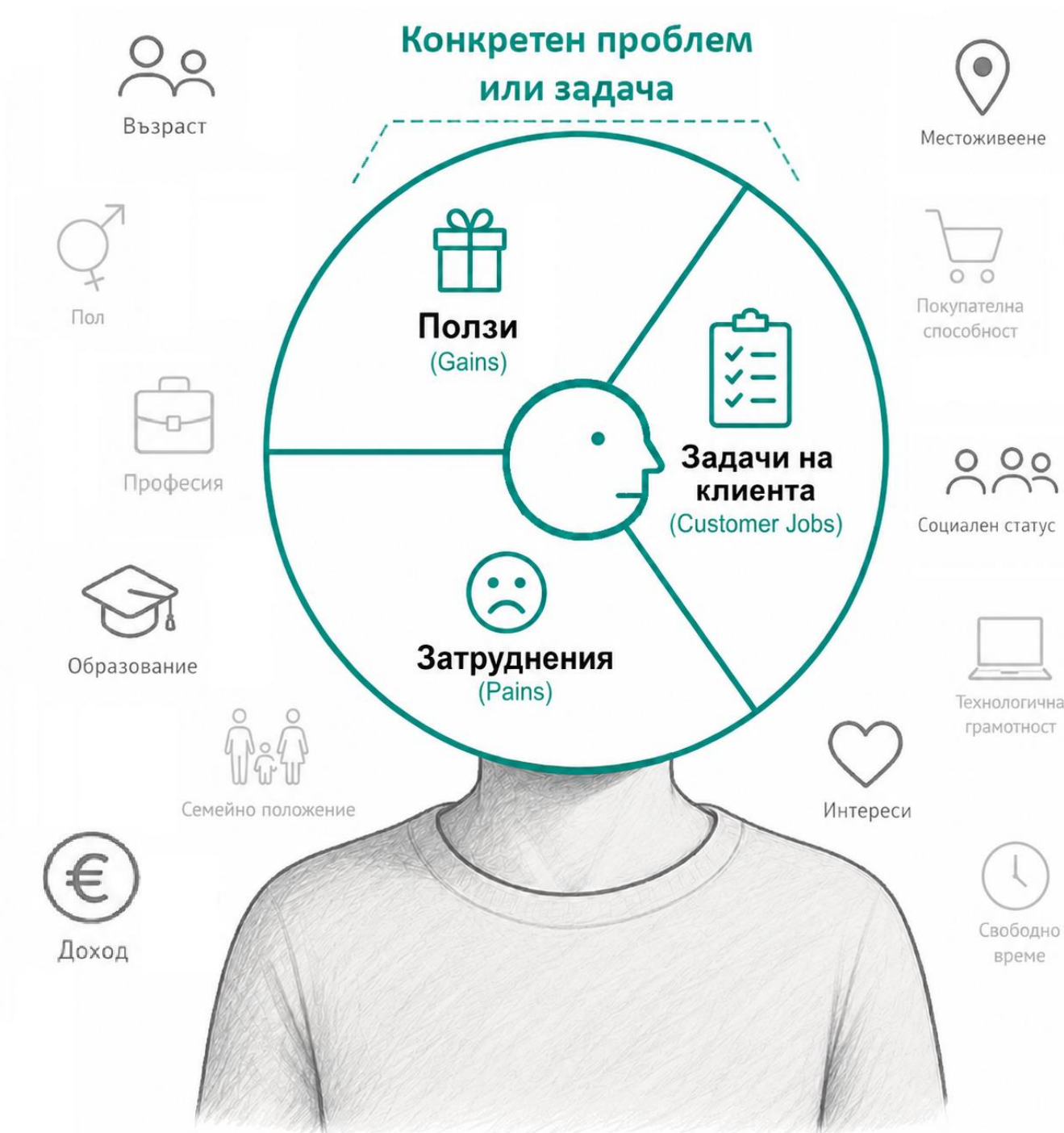
Тема 2 – част 1

Какво е клиентски профил?

Описва клиента в контекста на конкретен проблем или задача

- ✓ Какво се опитва да постигне?
- ✓ Какво го затруднява?
- ✓ Какви резултати и ползи очаква от решението?

Клиентският профил описва не човека, а начина, по който той възприема конкретен проблем, потребност или ситуация.



Тема 2 – част 1

Задачи на клиента

Какво се опитва да направи или постигне клиентът?

✓ Функционални

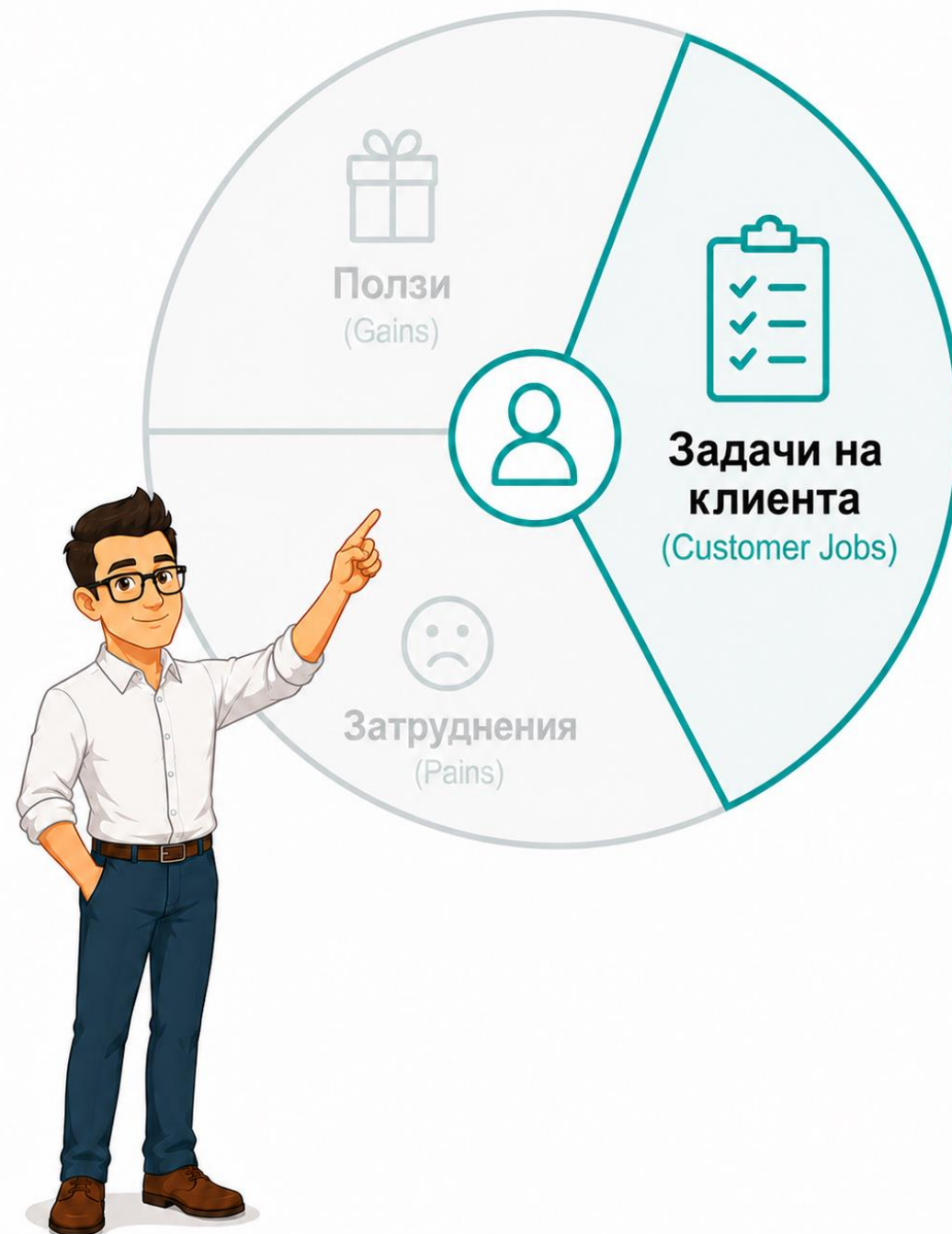
- Базови човешки потребности
- Конкретни дейности
- Решаване на практически проблеми

✓ Социални

- Как иска да бъде възприеман

✓ Емоционални

- Как иска да се чувства



Тема 2 – част 1

Затруднения

Какво затруднява клиента, докато изпълнява своята задача?

✓ Затрудненията са всичко, което прави изпълнението на задачата:

- по-трудно,
- по-бавно,
- по-скъпо,
- по-неприятно
- по-рисковано

Стойност се създава, когато решаваме най-важните затруднения на конкретния клиент.



ПРЕПЯТСТВИЯ

Какво ми пречи да изпълня задачата?

- Загуба на време
- Допълнителни усилия
- Неудобства
- Сложен процес

РИСКОВЕ

Какво може да се обърка?

- Финансов риск
- Грешен избор
- Страхове
- Несигурност

НЕЖЕЛАНИ РЕЗУЛТАТИ

Какво не искам да се получи?

- Високи разходи
- Лош резултат
- Неудовлетвореност
- Повреда на нещо друго

Тема 2 – част 1

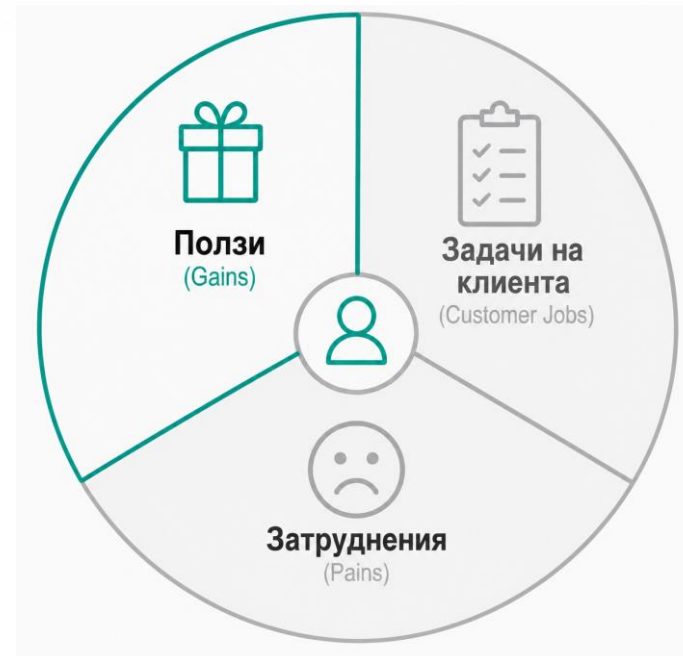
Ползи

Как изглежда успехът през очите на клиента?

✓ Ползите описват резултатите, които клиентът:

- Очаква
- Желае
- Би оценил

Стойност се създава, когато създаваме най-важните ползи за конкретния клиент.



Тема 2 – част 1

Карта на стойността



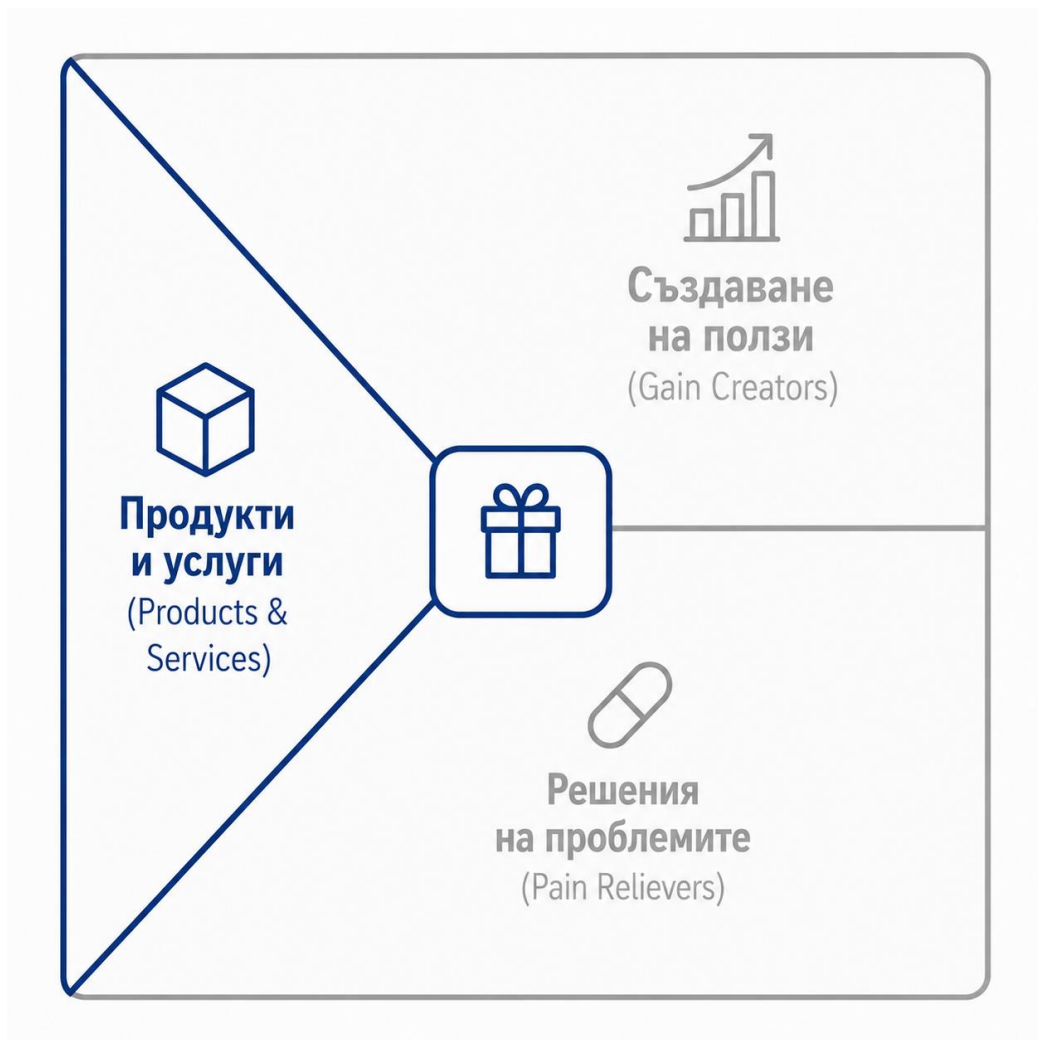
Картата на стойността превръща разбирането за клиента в конкретно решение.

✓ **Целта на Картата на стойността е да:**

- изпълни основната задача;
- намали най-важните затруднения;
- създаде най-важните ползи.

Тема 2 – част 1

Продукти и услуги



В тази секция включваме продуктите и услугите, които създават стойност за конкретния клиент.

✓ Какво предлагаме на клиента?

- продукти
- услуги
- комбинация от продукти и услуги

Тема 2 – част 1

Решения на проблемите (затрудненията)



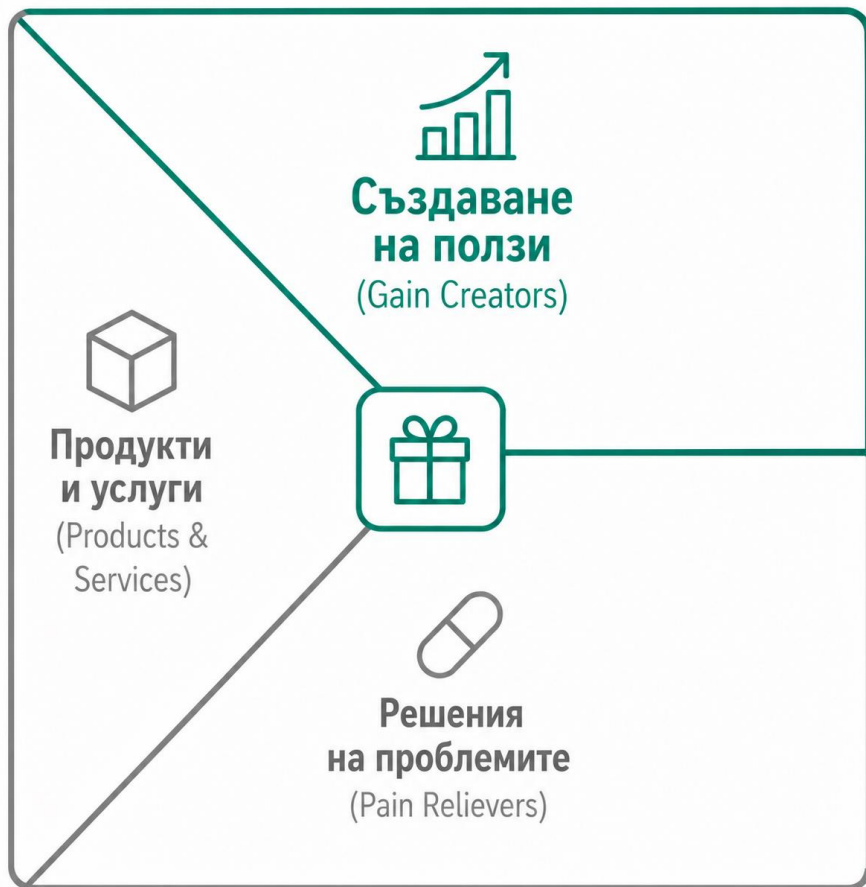
В тази секция описваме как нашето предложение намалява затрудненията на клиента?

✓ **Нашето решение трябва да:**

- намали най-важните препятствия;
- намали рисковете;
- предотврати нежеланите резултати;
- направи живота на клиента по-лесен.

Тема 2 – част 1

Създаване на ползи



В тази секция описваме какви ползи и как се създават от нашето решение.

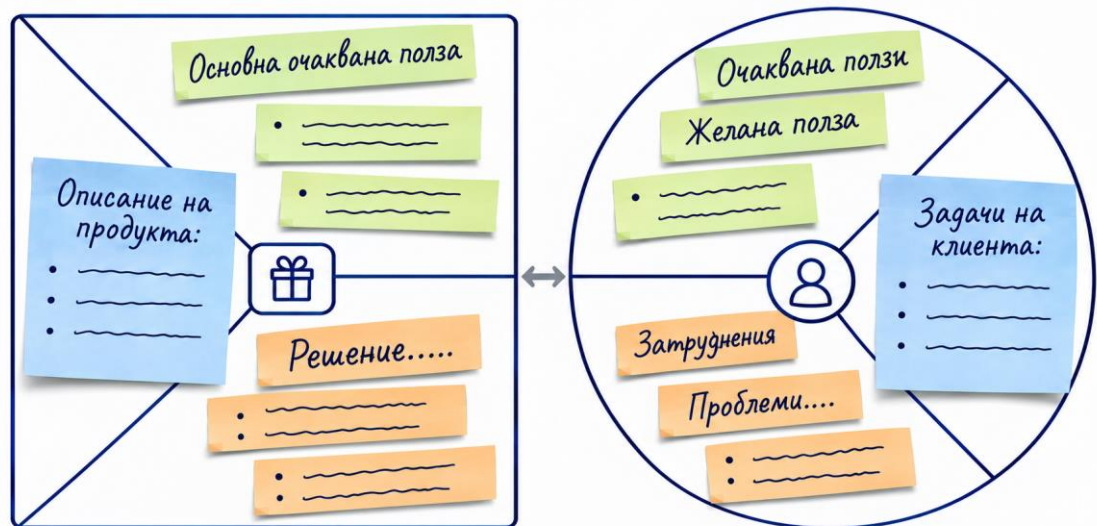
✓ **Нашето решение трябва да осигурява:**

- очакваната полза - задължително
- желаната полза - препоръчително
- неочакваната полза - за конкурентно предимство

*Стойността започва с **очакваната полза**.
Желаните и неочакваните ползи увеличават
стойността и отличават нашето решение от
конкурентните.*

Тема 2 – част 1

Формулиране на предложението за стойност



- ✓ **Стъпка 1** - Попълнете Профила на клиента
- ✓ **Стъпка 2** - Попълнете Картата на стойността
- ✓ **Стъпка 3** - Проверете съответствието
 - Има ли всичко?
 - Нещо излишно?
- ✓ **Стъпка 4** - Използвайте текстовия шаблон и формулирайте първата версия на вашето предложение за стойност.
- ✓ **Стъпка 5** - Представете предложението си
 - Кой е вашият клиент?
 - Какъв проблем решавате?
 - Каква стойност създавате?
 - Защо клиентът би избрал вашето решение?

Тема 2 – част 1

ШАБЛОН ЗА ФОРМУЛИРАНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА СТОЙНОСТ – ПРИМЕР

ЕЛЕМЕНТ	ПРИМЕР
 Помагаме на... (Кой е вашият клиент?)	малки семейни хотели
 да... (Каква задача изпълнява или какъв проблем решава?)	намалят времето за обработка на резервациите и да избегнат грешки при настаняването
 като... (Какво предлагате – продукт или услуга?)	им предоставяме лесна за използване онлайн система за управление на резервации
 По този начин клиентът... (Какви ползи получава?)	спестява време, намалява административната работа и обслужва гостите по-бързо
 За разлика от други решения, нашето предложение... (С какво се отличавате?)	не изисква специални технически знания и може да започне да се използва още същия ден



Помагаме на малки семейни хотели да намалят времето за обработка на резервациите и да избегнат грешки при настаняването, капо им предоставяме лесна за използване онлайн система за управление на резервации. По този начин клиентът спестява време, намалява административната работа и обслужва гостите по-бързо. За разлика от други решения, нашето предложение не изисква специални технически знания и може да започне да се използва още същия ден.