ТЕМА 2 - ЧАСТ 1

# ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА СТОЙНОСТ

## ОСНОВНА ИДЕЯ

Клиентът избира решението, което според него създава най-голяма стойност за него. **Стойност се създава, когато нашето решение отговаря на най-важните задачи, затруднения и ползи на конкретния клиент.**

## 6-те елемента на шаблона

### Задачи на клиента

Какво клиентът се опитва да направи или постигне.

*Функционални • Социални • Емоционални*

### Затруднения

Какво прави изпълнението на задачата по-трудно, по-бавно, по-скъпо, по-неприятно или по-рисковано.

### Ползи

Резултатите, които клиентът очаква, желае или би оценил.

### Продукти и услуги

Продуктите и услугите, които създават стойност за конкретния клиент.

### Решения на проблемите

Как нашето предложение намалява най-важните затруднения на клиента.

### Създаване на ползи

Как нашето решение създава най-важните ползи за клиента.

## Шаблон на предложението за стойност

(Value Proposition Canvas)




След попълването на Шаблона продължете с Упражнение 02.

**Разбираме клиента** → **Изграждаме решение** → **Проверяваме съответствието**

## КАК ГО ИЗПОЛЗВАМЕ

1. Попълнете Профила на клиента.
2. Попълнете Картата на стойността.
3. Проверете съответствието - има ли всичко, нещо излишно?
4. Използвайте текстовия шаблон и формулирайте първата версия на вашето предложение за стойност.
5. Представете предложението си и отговорете на ключовите въпроси: Кой е вашият клиент? Какъв проблем решавате? Каква стойност създавате? Защо клиентът би избрал вашето решение?

## ТЕКСТОВ ШАБЛОН

Нашият **[продукт или услуга]** помага на **[основния клиент]**, който иска да **[изпълни задача]**, като **[създава важна полза]** и **[намалява ключово затруднение]**.

**Отличава ли се нашето предложение от други решения?**

## НАЙ-ВАЖНО ЗА ЗАПОМНЯНЕ

- Фокусирайте се върху конкретен клиент.
- Разбирайте добре неговите задачи, затруднения и ползи.
- Създавайте ясно предложение за стойност.
- Първата версия почти никога не е окончателна.

**Три вида ползи:**

| Очаквана | Желана | Неочаквана |
|---|---|---|
| задължително | препоръчително | за конкурентно предимство |

## ПРОВЕРИ СЪОТВЕТСТВИЕТО

- ☐ Решаваме ли най-важните затруднения?
- ☐ Създаваме ли най-важните ползи?
- ☐ Има ли нещо излишно?
- ☐ Липсва ли нещо важно?

## ЧЕСТИ ГРЕШКИ

- Започваме от продукта, а не от клиента.
- Смесваме задачи, затруднения и ползи.
- Бъркаме характеристика на продукта със стойност за клиента.
- Опитваме се да адресираме всичко, вместо най-важното.
- Не проверяваме съответствието между двете части.