

# Empreendedorismo I

## Aula 10

Prof Angelo Loula

UEFS

# Mapa de empatia

Nome: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

o que  
**PENSA E SENTE?**

o que  
**OUBE?**

o que  
**VÊ?**

o que  
**FALA E FAZ?**

quais são as **DORES?**

quais são as **NECESSIDADES?**

# Mapa de Empatia

- O que VÊ?
  - Como é o mundo em que ele vive?
  - O que as pessoas que o rodeiam fazem?
  - Como são os amigos dele?
  - O que está em alta no cotidiano dele?
  - Como percebe as opções? O que aparece na mídia? Como vê vizinhos, amigos e familiares? O que as outras pessoas estão fazendo?

# Mapa de Empatia

- O que OUVE?
  - Que pessoas e ideais o influenciam?
  - Como o ambiente influencia?
  - Quem realmente influencia?
  - O que as pessoas importantes de sua vida dizem?
  - Que atitude tem as marcas preferidas?
  - Quem são seus ídolos?
  - Como percebe as opções? O que a mídia diz?

# Mapa de Empatia

- O que PENSA e SENTE?
  - Quais são algumas ideias importantes que ele pensa e não diz?
  - Como ele se sente em relação à vida?
  - Com o que anda preocupado ultimamente? Por quê?
  - Quais são alguns sonhos?
  - O que realmente quer? O que não quer?

# Mapa de Empatia

- O que FALA e FAZ ?
  - O que é comum de ele dizer?
  - Como ele costuma agir?
  - Quais são os hobbies?
  - Do que gosta de falar?
  - Qual história ele conta?
  - O que quer mostrar aos outros?
  - Como se mostra para os outros?

# Mapa de Empatia

- Quais as dores?
  - Do que tem medo?
  - O que o frustra?
  - O que tem atrapalhado ele?
  - O que ele gostaria de mudar em sua vida?
  - O que pode dar errado?
  - O que seria ruim se acontecesse?
  - Quais os obstáculos?



# Mapa de Empatia

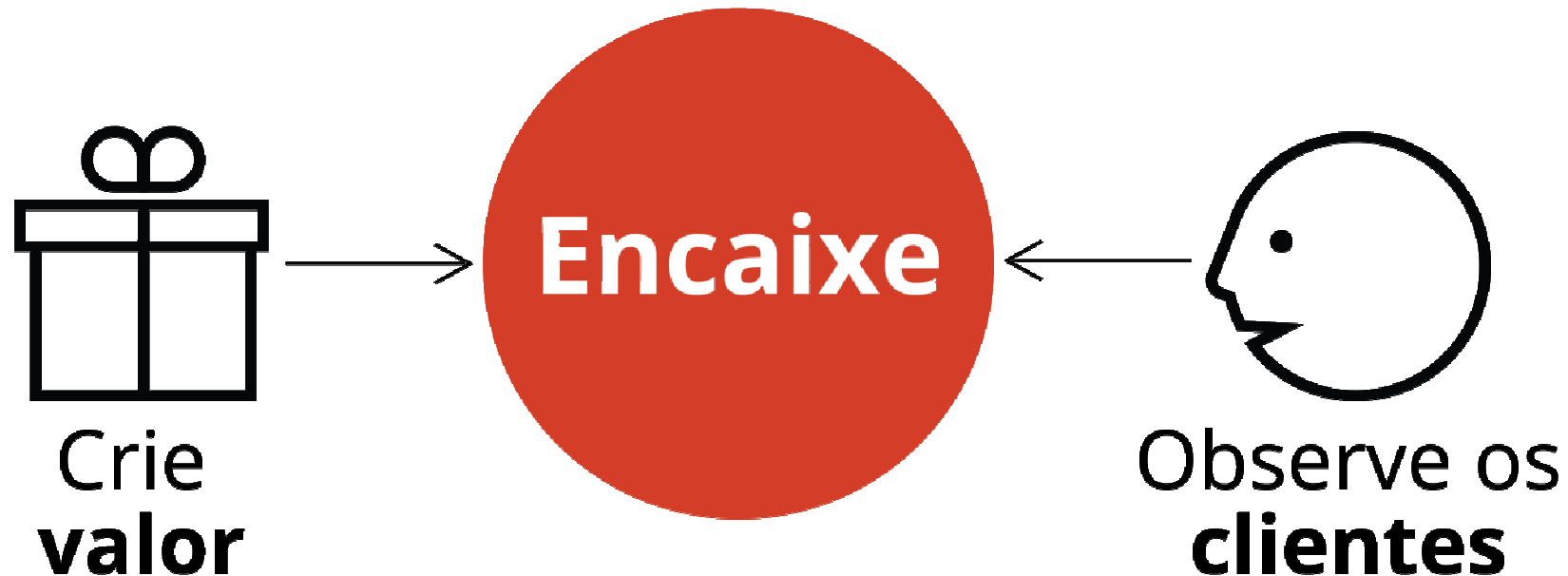
- Quais as NECESSIDADES / GANHOS / OBJETIVOS ?
  - Que tipo de coisa ele precisa para se sentir melhor?
  - O que é sucesso? Onde ele quer chegar?
  - O que tem feito para ser feliz?
  - O que acabaria com suas dores?
  - Onde quer chegar?
  - O que realmente deseja?
  - Como mede seu sucesso?

# Mapa de Empatia

- O mapa de empatia permite organizar melhor seu conhecimento sobre o cliente
  - O que vê?
  - O que ouve?
  - O que pensa e sente?
  - O que fala e faz?
  - Quais suas dores?
  - Quais suas necessidades?
- SEMPRE com base na pesquisa e validação!

- E como entender como minha solução de encaixa ao perfil do meu cliente?

# Canvas de Proposta de Valor



Slides construídos com base em sites da Internet:

<http://fabiorobertoborges.com/blog/canvas-de-proposta-de-valor/>

<http://www.upstairs.com.br/canvas-proposta-de-valor/>

# Canvas de Proposta de Valor

- **Valor:** Conjunto de benefícios que a empresa proporciona aos clientes;
- **Proposta de Valor:** Os benefícios que os clientes podem esperar de determinados produtos e serviços que uma empresa oferece.

# Canvas de Proposta de Valor

Use este manual para criar produtos e serviços que os clientes desejam. Comece pelo...



## Value Proposition Design

Como construir propostas de valor inovadoras

Por  
Alex Osterwalder  
Yves Pigneur  
Greg Bernarda  
Alan Smith

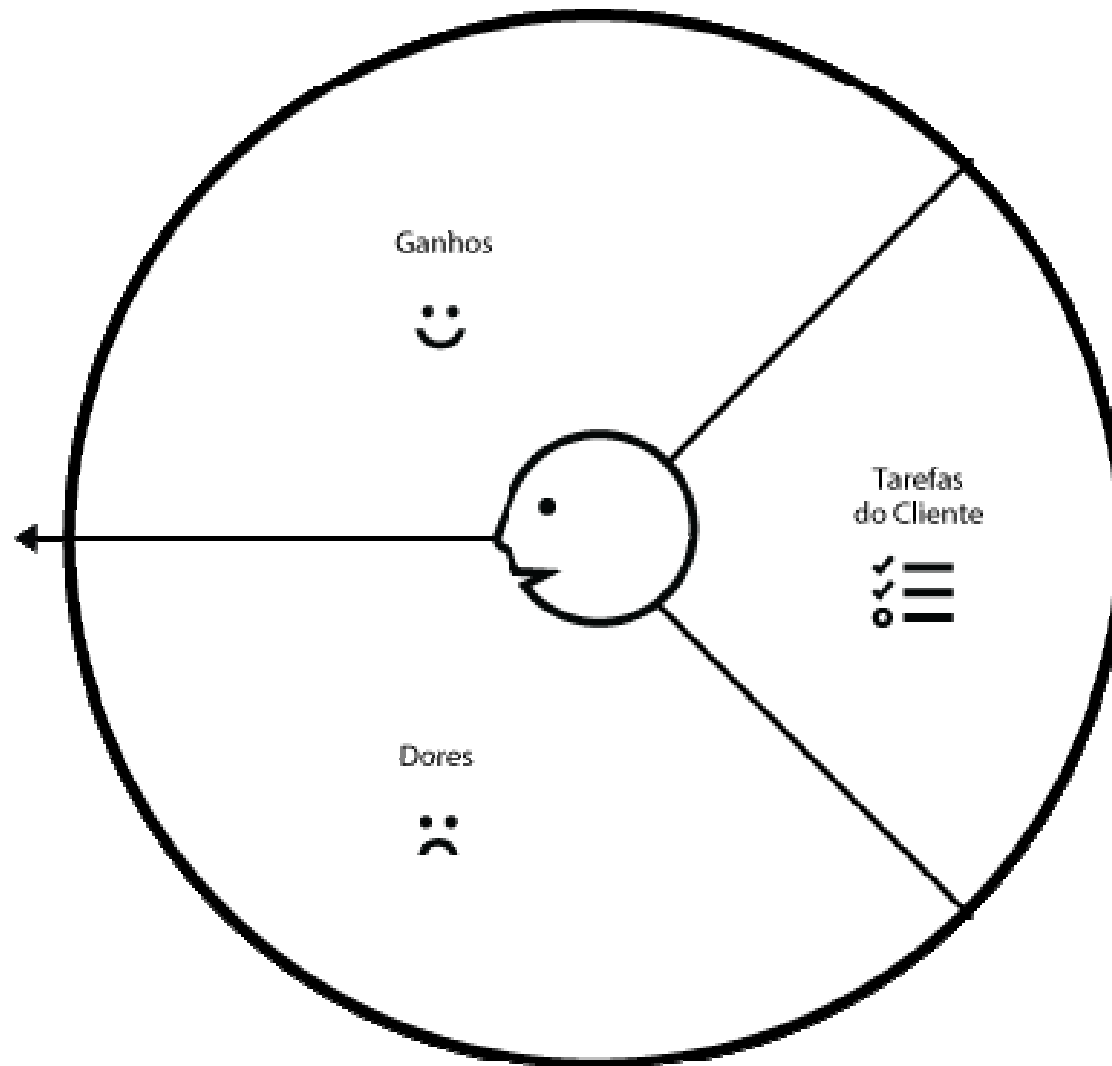
Arte de  
Trish Papadakos



Strategyzer  
Series

sequência do  
Business Model Generation  
Best-seller internacional  
em mais de 30 idiomas

# Canvas de Proposta de Valor



# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Como seu cliente resolve o problema?
- Tarefas que realizam, necessidades que querem satisfazer ou problemas que querem resolver.
- Com que frequência realiza a atividade?
- Qual a importância da atividade? Crucial, trivial?



# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Funcionais: necessidades mais básicas e diretas
- ex. realizar ou terminar uma tarefa específica, resolver um problema específico, etc.

# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Sociais: interesse proposital ou não de ser reconhecido/valorizado por outras pessoas ao interagir com seu produto
- ex. tentando melhorar a aparência, ganhar poder ou status, etc.

# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Emocionais : sentimentos pessoais percebidos ou não pelo cliente ao consumir seu produto
- ex. estética, segurança, bem-estar, etc.

# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Além de tentar realizar uma tarefa principal, seu cliente realiza tarefas auxiliares em diferentes papéis. Descreva as tarefas que os clientes estão tentando realizar como:
- Comprador (ex. tentando parecer melhor, ganhar poder ou status, ...)
- Cocriador (ex. estética, sentir bem, segurança,...)
- Que transfere(ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a dispor de um produto, transferir para outros, ou revender, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Tarefas do Cliente:
- Quais necessidades básicas o seu cliente está tentando satisfazer? (ex. comunicação, fome, etc.)
- Destaque o contexto específico a tarefa é realizada, porque pode impor restrições ou limitações.  
(ex. enquanto dirige , fora de casa, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- Descreva qualquer coisa que aborreça o seu cliente, antes, durante ou depois de realizar a tarefa para resolver o problema, relativo a custos financeiros, emoções negativas ou riscos. Classifique cada dor como severa ou leve e indique a sua frequência.

# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- O que o cliente acha custoso ?(ex. leva muito tempo, custa muito dinheiro, requer esforço substancial, ...)
- O que faz o cliente se sentir mal? (ex. frustração, aborrecimentos, coisas que lhes dão uma dor de cabeça, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- Como as soluções atuais estão atendendo seu cliente? (ex. falta de recursos, mal desempenho, mau funcionamento, ...)
- Quais são as principais dificuldades e desafios que seus clientes encontram? (ex. entender como as coisas funcionam, dificuldades de conseguir realizar as coisas, resistência ...)



# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- Quais as consequências sociais negativas que seu cliente encontra ou teme por? (ex. humilhação, poder, confiança, ou status, ...)
- Quais riscos seu cliente teme ? (ex. financeiro, social, riscos técnicos, ou o que poderia dar terrivelmente errado ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- O que mantém seu cliente acordado a noite? (ex. grandes questões, preocupações, ...)
- Quais erros comuns seu cliente faz? (ex. erros de utilização, ...)
- Quais barreiras o cliente enfrenta para adotar as soluções ? (ex. custos iniciais de investimento, curva de aprendizado, resistência à mudança, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Dores do Cliente:
- Classifique cada dor de acordo com a intensidade que representa para seu cliente. É muito intenso ou muito suave ? Para cada dor indique a quantas vezes ela ocorre.

# Canvas de Proposta de Valor

- Ganhos do Cliente:
- Descrever os benefícios que seu cliente espera, deseja ou seria surpreendido por Isso inclui a utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos

# Canvas de Proposta de Valor

- Ganhos do Cliente:
- Quais economias fariam seu cliente feliz ? (ex. em termos de tempo, dinheiro e esforço, ...)
- Quais os resultados que o seu cliente espera e o que iria além das expectativas dele/dela ? (ex. nível de qualidade, mais de alguma coisa, menos de algo, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Ganhos do Cliente:
- Como as soluções atuais encantam o seu cliente? (ex. funcionalidades específicas, desempenho, qualidade, ...)
- O que faria a tarefa ou a vida do seu cliente mais fácil? (ex. curva de aprendizagem menor, mais serviços, custo menor de propriedade, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

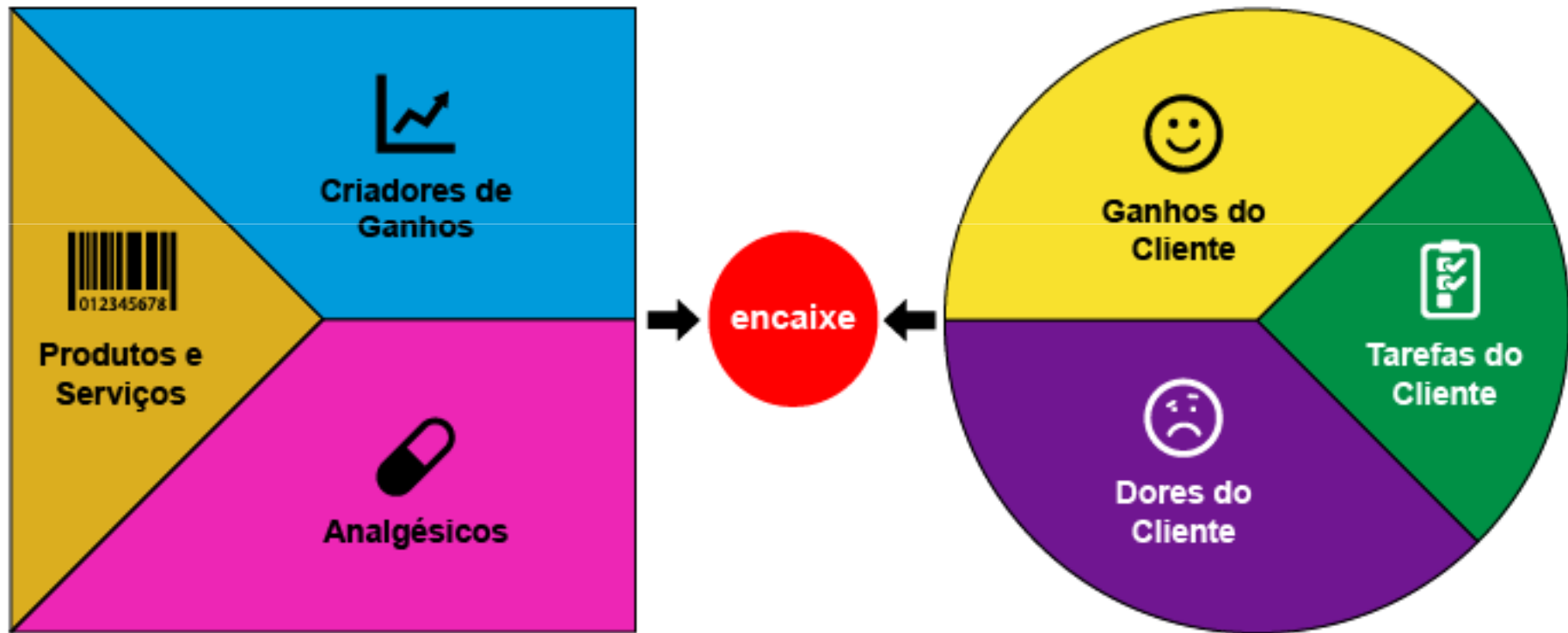
- Ganhos do Cliente:
- Quais efeitos sociais positivos seu cliente deseja? (ex. faz mostrar-se melhor, aumentar o poder,status, ...)
- O que os clientes estão procurando? O que os seus clientes sonham? (ex. grandes conquistas, grandes alívios, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

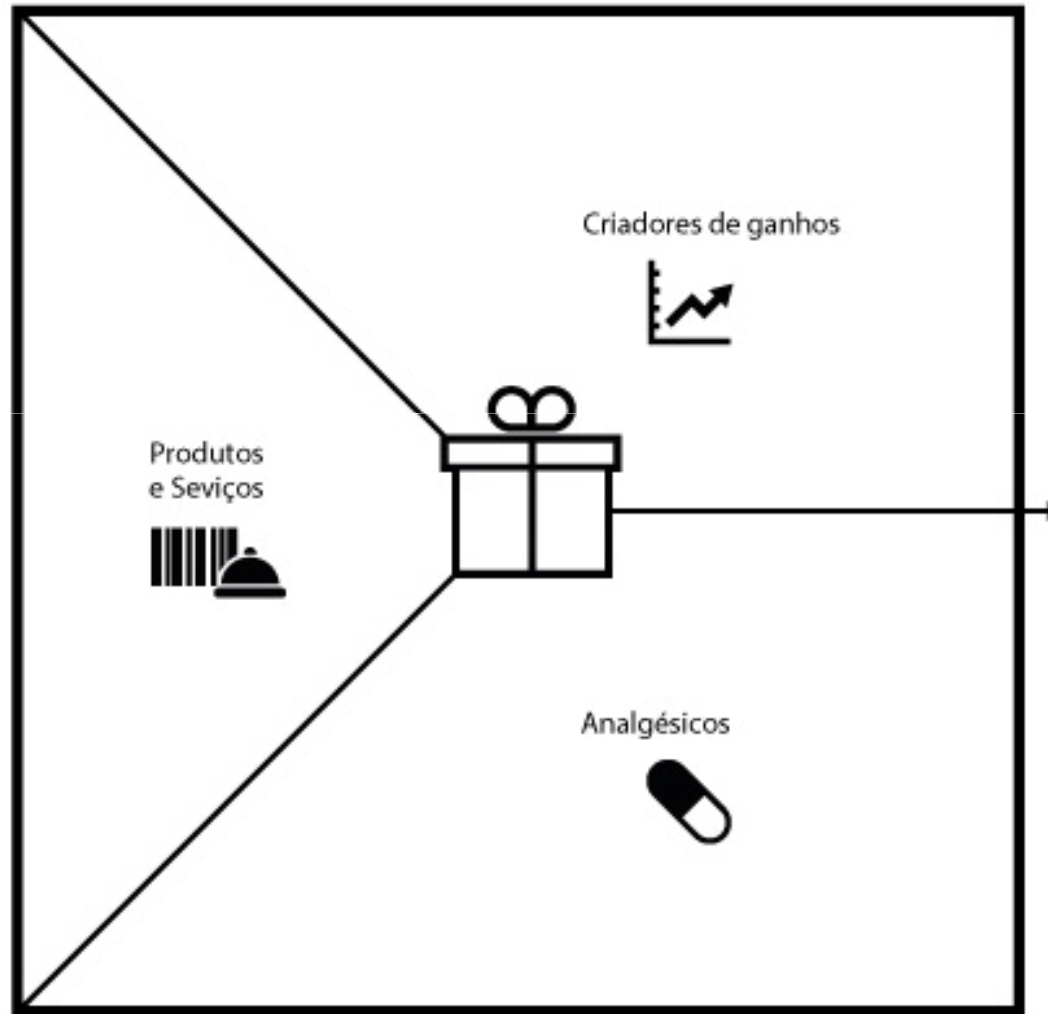
- Ganhos do Cliente:
- Como seu cliente mede sucesso e fracasso ?  
(ex. performance, custo, ...)
- O que aumentaria a probabilidade de adotar uma solução? (ex. menor custo, menos investimentos, menor risco, melhor qualidade, desempenho, design, ...)



# Canvas de Proposta de Valor



# Canvas de Proposta de Valor



# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Descreva como seus produtos e serviços aliviam as dores dos clientes. Como eles eliminam ou reduzem as emoções negativas, os custos e situações indesejáveis e riscos que seu cliente experimenta ou poderia experimentar antes, durante ou depois de ter a(s) tarefa(s) realizada(s)?

# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Eles... Produzem economia? (ex. em termos de tempo, dinheiro, ou esforços ...)
- Faz seu cliente se sentir melhor? (ex. elimina frustração, aborrecimentos, coisas que lhes dão uma dor de cabeça, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Melhorar soluções de baixo desempenho? (ex. novas funcionalidades, melhor performance, melhor qualidade, ...)
- Coloca um fim nas dificuldades e desafios que cliente encontra? (e.g. facilitar as coisas, ajudando-os a ter a tarefa feita, eliminar a resistência, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Eliminar as consequências sociais negativas que os clientes encontram ou sentem? (e.g. humilhação, poder, confiança ou status, ...)
- Eliminar os riscos de seus clientes temem?(ex. financeiro, social, riscos técnicos, ou o que poderia dar terrivelmente errado ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Ajude seus clientes a dormir melhor à noite? (e.g. contribuindo com grandes questões, diminuindo preocupações ou eliminando preocupações, ...)
- Limitar ou erradicar erros comuns que os clientes fazem? (ex. erros de utilização, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Livrar-se de barreiras que estão impedindo o seu cliente de adotar soluções? (ex. custos iniciais menores ou ausência de investimento, curva de aprendizado menor, menor resistência à mudança, ...)



# Canvas de Proposta de Valor

- Analgésicos (Aliviadores de Dores)
- Classifique cada dor que seus produtos e serviços eliminam de acordo com sua intensidade para seu cliente. É muito intenso ou muito leve? Para cada dor indicar quantas vezes ela ocorre.
- Avalie os riscos que seu cliente experimenta ou poderia experimentar antes, durante e depois de obter a tarefa feita?

# Canvas de Proposta de Valor

- Criadores de Ganho
- Descreva como seus produtos e serviços criam ganhos para os clientes. Como são criados os benefícios que seu cliente espera, deseja ou ficaria surpreso por, incluindo utilidade funcional, os ganhos sociais, emoções positivas e redução de custos?

# Canvas de Proposta de Valor

- Criadores de Ganho
- Eles... Criam economias que fazem seu cliente feliz? (ex. em termos de tempo, dinheiro e esforço, ...)
- Produzem resultados que seu cliente espera ou que vão além das expectativas deles? (ex. melhor nível de qualidade, mais de alguma coisa, menos de algo,...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Criadores de Ganho
- Copiar ou superar as soluções atuais que encantam seu cliente? (ex. relacionado à funcionalidades específicas, desempenho, qualidade, ...)
- Fazer a tarefa ou a vida do seu cliente mais fácil? (ex. curva de aprendizagem menor, mais serviços, custo menor de propriedade)

# Canvas de Proposta de Valor

- Criadores de Ganho
- Criar efeitos sociais positivos que o seu cliente deseja? (ex. faz mostrar-se melhor, produz aumento do poder,status, ...)
- Fazer algo que os clientes estão a procura? (ex. ajudar a ter grandes conquistas, grandes alívios, ...)
- Produzir resultados positivos que satisfazem os critérios de sucesso e fracasso dos seus clientes? (ex. melhor desempenho, menor custo, ...)

# Canvas de Proposta de Valor

- Criadores de Ganho
- Ajudar a tornar a adoção mais fácil? (ex. menor custo, menos investimentos, menor risco, melhor qualidade, desempenho, design, ...)
- Classifique cada ganho que seus produtos e serviços criam de acordo com sua relevância para seu cliente. É substancial ou insignificante? Para cada ganho indique quantas vezes ele ocorre.

# Canvas de Proposta de Valor

- Produtos e Serviços
- Listar todos os produtos e serviços ao redor de que a sua proposta de valor é construída.
- Quais são os produtos e serviços que você oferece que ajuda seu cliente a obter as tarefas funcionais, sociais, emocionais realizadas ou ajudem ele/ela à satisfazer as necessidades básicas?

# Canvas de Proposta de Valor

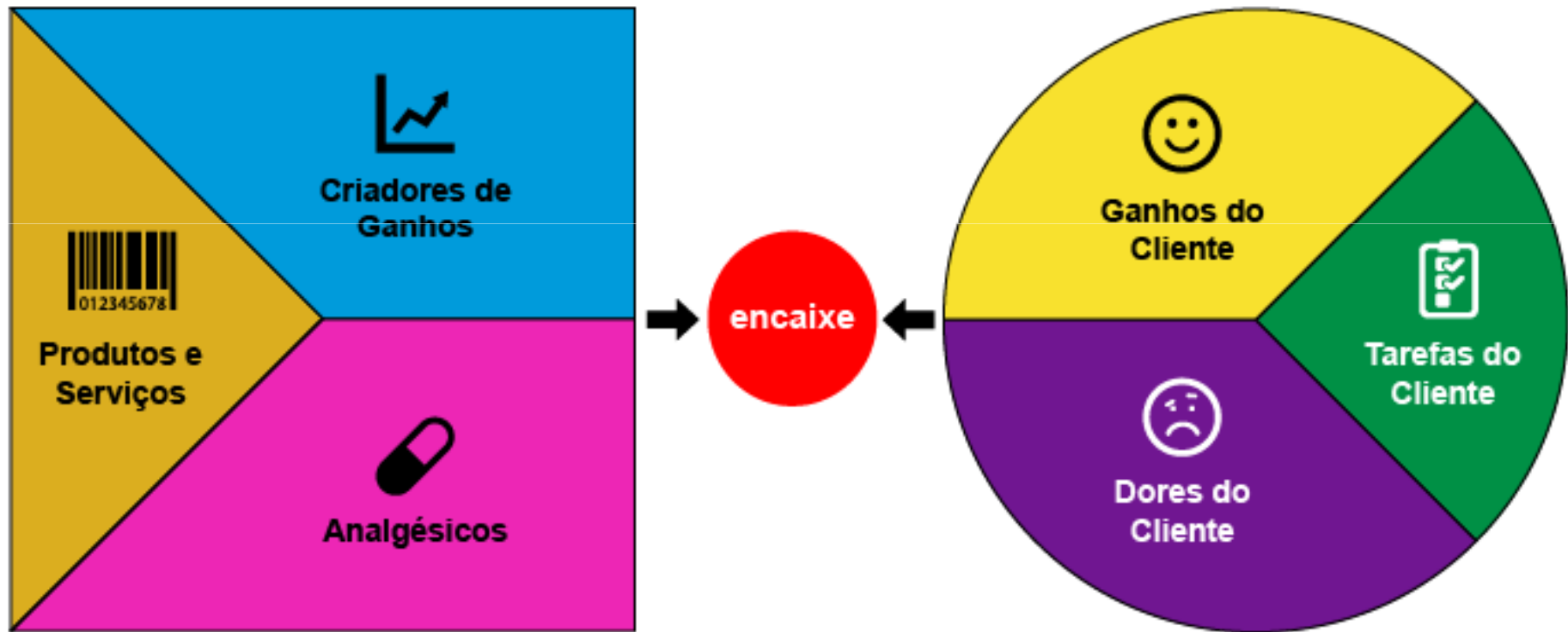
- Produtos e Serviços
- Quais produtos e serviços auxiliares ajudam seu cliente a executar as funções de:
- Comprador (e.g. produtos e serviços que ajudam os clientes a comparar ofertas, decidir, comprar, tornar a entrega viável de um produto ou serviço, ...)
- Cocriador (ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a desenhar soluções em conjunto , contribuir de outra forma dando valor à solução,...)
- Que transfere (ex. produtos e serviços que ajudam os clientes a dispor de um produto, transferi-lo para os outros, ou revender, ...)



# Canvas de Proposta de Valor

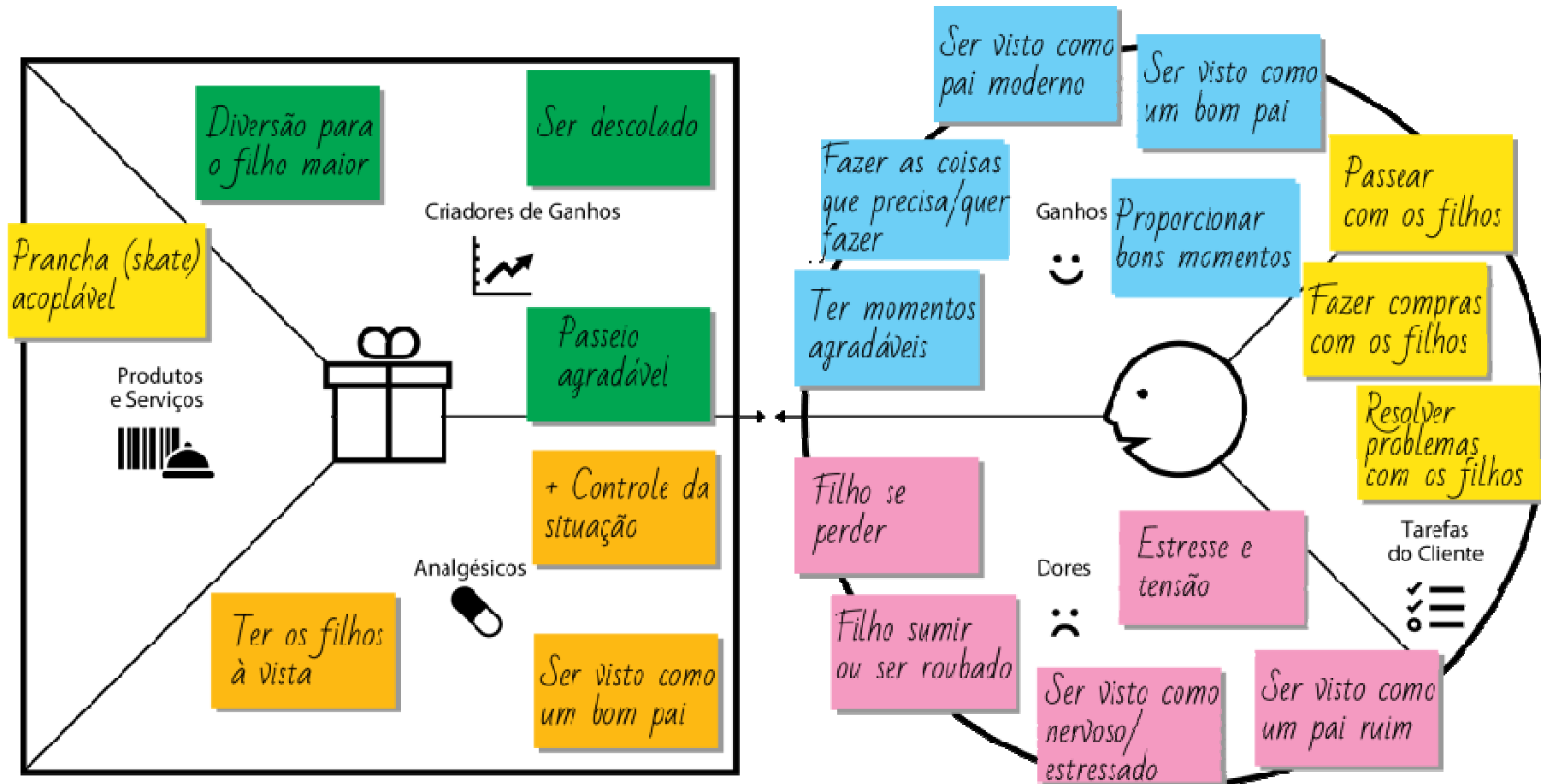
- Produtos e Serviços
- Produtos e serviços podem ser tanto tangíveis (ex. bens manufaturados, serviços face a face ao cliente), digital/virtual (ex. downloads, recomendações online), intangíveis (ex. direitos autorais, garantia de qualidade) ou financeiro (ex. fundos de investimento, serviços de financiamento).
- Classifique todos os produtos e serviços de acordo com sua importância para o seu cliente. Eles são cruciais ou triviais para o seu cliente?

# Canvas de Proposta de Valor



# Canvas de Proposta de Valor

Exemplo: Prancha (skate) acoplável para carrinho de bebê



# Canvas de Proposta de Valor

## Taxi Smartphone Application

