

Qual O Processo Para Definir A "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio?

Atenção: Hoje vou explicar qual o processo que deve seguir para determinar a "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio. Para melhor entender este artigo sugiro a leitura do artigo anterior "[Quais São As Linhas de Posicionamento Para A Definição Da "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio?](#)".

São 4 os passos que deve seguir para determinar a "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio, a saber:

- 1- Reunião com os donos/responsáveis e empregados.
- 2- Questionário aos clientes
- 3- Análise da concorrência
- 4- Escrever a "Proposição de Valor Único" e integrar em todas as comunicações da empresa (brochuras, panfletos, website, etc.)

1º Passo : Reunião Com Os Donos/Responsáveis E Empregados

Esta reunião deve durar cerca de 45 minutos a 1 hora e meia, e todos devem participar, mesmo a telefonista (pois esta, ou este, está em contacto directo e constante com os clientes, potenciais clientes e fornecedores e poderá ter ideias e opiniões que podem ser vitais, e que mais ninguém dentro da empresa pode não ter pelo simples facto de não estar em contacto directo e constante com os clientes).

O objectivo desta reunião é o de obter a visão e opinião dos donos/responsáveis e empregados do que torna a empresa ou negócio diferente da restante concorrência, de modo a que não seja "mais um entre muitos", e o que faz com que seja a única escolha possível na mente do consumidor quando ele pensa em adquirir os seus serviços ou os seus produtos. (ver "[Como Posicionar A Sua Empresa De Modo A Que Os Clientes Prefiram Fazer Negócio Com A Sua Empresa E Não Com A Sua Concorrência?](#) ".)

A primeira pergunta a fazer a todos é : "Porquê os clientes devem fazer negócio com a sua empresa e não com outra empresa qualquer?"

Para ajudar a responder a esta pergunta, existem os seguintes "apoios":

- 1 - Existe algum conhecimento específico e único? Quais são as credenciais? Existem prémios ou menções honrosas?
- 2 - Quais são as áreas mais fortes na empresa: Produção? serviço de entrega? linha de produtos e serviços? Qualidade? Diversidade? Preço? Assistência técnica? etc. e perguntar a razão porque são mais fortes nessas áreas.

Por exemplo, se a área mais forte for qualidade, responder porque razão acham que os produtos ou serviços são melhores que os da concorrência. Se for diversidade, em que formato? Maior escolha em tamanhos? Em linhas distintas? Cores? Estilos? Etc. etc.

Se a área mais forte for o serviço de assistência ao cliente, o que significa isso? Sistema único para resolver reclamações? Mais valor de serviços? Equipa com mais formação do que qualquer outro concorrente? Etc. etc.

- 3 - A sua empresa faz com que seja mais fácil os clientes fazerem negócio consigo do que com a sua concorrência em algumas das seguintes áreas?

- Horário mais alargado
- Bónus
- Incentivos
- Clube de Clientes Preferenciais
- Garantias
- Melhores contractos
- Primeira consulta grátis,
- Etc. etc.

- 4 - Existe algo que não esteja a ser bem executado em toda a sua indústria ou serviço, e que seja do interesse do cliente, e que possam passar a

executar?

Nota: Como já disse antes, todos os elementos da empresa devem participar e contribuir com as suas opiniões e pontos de vista nesta reunião. Se existir o "medo" de alguns dos empregados expressarem as suas opiniões à frente dos donos ou responsáveis da empresa, uma solução possível, é o de escreverem as suas opiniões em papéis, que depois dobram e colocam em cima da mesa num monte e depois baralham esses papéis (assim, não se sabe que escreveu o quê), mas o importante é que todos sejam o mais abertos e sinceros e que não exista o risco de serem ridicularizados pelas suas opiniões e ideias. O importante é obter o máximo de informação possível.

2º Passo : Questionário Aos Clientes

Depois do 1º Passo - Reunião Com Os Donos/Responsáveis E Empregados, ficará com uma ideia mais clara de como deve determinar a "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio, mas não pode cair na ilusão de pensar que os clientes têm a mesma percepção sua empresa ou negócio, que os donos/responsáveis e empregados têm.

Aliás eu me atrevia a dizer, que dos 4 passos para a determinar "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio, a opinião dos clientes é talvez a mais importante, pois são eles que o escolhem e não ao contrário (na maioria dos negócios).

Então neste passo deve elaborar um questionário que irá fazer aos seus clientes (por telefone) e que tem por objectivo obter o que o realmente os clientes pensam, valorizam, a verdadeira razão porque fazem negócio com a sua empresa e o que gostariam de ver alterado na sua empresa ou negócio. (Atenção: Este questionário não tem por objectivo fazê-lo sentir-se bem, mas sim que você obtenha o verdadeiro ponto de vista dos clientes)

Nota: Se necessitar de ajuda para elaborar este questionário, então envie um email para [crescimentoempresas\(at\)gmail.com](mailto:crescimentoempresas(at)gmail.com) ou então entre em contacto comigo através do telemóvel (+351) 91 293 05 19, que eu terei todo o gosto em ajudá-lo.

 3º Passo : Análise Da ConcorrênciaO objectivo da análise da concorrência é para não correr o risco de estar a desenvolver a "Proposição de Valor Único" Para A Sua Empresa Ou Negócio, com base nos passos 1 e 2, e depois vir a descobrir que a sua concorrência está fazendo e comunicando o mesmo que você, e portanto a sua a "Proposição de Valor Único" deixaria de ter valor, pois o principal objectivo dela é determinar em que a sua empresa ou negócio se diferencia da restante concorrência, de modo a que não seja "mais um entre muitos", e o que faz com que seja a única escolha possível na mente do consumidor quando ele pensa em adquirir os seus serviços ou os seus produtos.

Pode efectuar esta análise da sua concorrência de várias formas:

1- Comprar os produtos ou serviços da sua concorrência. Telefonar para eles (como cliente), etc.

2- Estudar as campanhas publicitárias da sua concorrência, assim como toda a sua estratégia de marketing, caso seja possível, os seus websites, panfletos, promoções, relatórios, etc.

3 - Conversar com os empregados, e se conseguir, com os clientes da sua concorrência e até mesmo com os donos ou responsáveis pelos negócios, etc.

Claro que esta análise da concorrência não tem de ser efectuada a toda a sua concorrência, escolha os seus 2 ou 3 principais concorrentes, e também não tem necessariamente de ser efectuada por si, pode pedir que um seu empregado, amigo o faça. E não se esqueça de perguntar aos seus principais concorrentes a pergunta que "vale milhões": "Porque deveria eu fazer negócio com a sua empresa?"

4º Passo : Escrever a "Proposição de Valor Único" e integrar em todas as comunicações da empresa

