Datasta kasvua

TIEKE

Ohje: arvolupaus-työkalu



Datasta kasvua -valmennus

tieke.fi/datastakasvua

#DatastaKasvua #datatalous #pkyritykset #matkailu- ja #ravintola-ala

Arvolupaus on lupaus asiakkaalle tuotettavasta arvosta

Arvolupaus kertoo asiakkaalle, miksi hänen kannattaisi ostaa kyseistä palvelua

Netflix

”Katsele elokuvia ja sarjoja ilman rajoituksia puhelimella, tabletilla, läppärillä ja telkkarilla maksamatta senttiäkään lisää.”

Amazon

”Se ultimaattinen verkkokauppa - osta mitä tahansa, milloin tahansa.”

Wolt

”Herkullista ruokaa sinne, missä olet.”



Arvolupaus

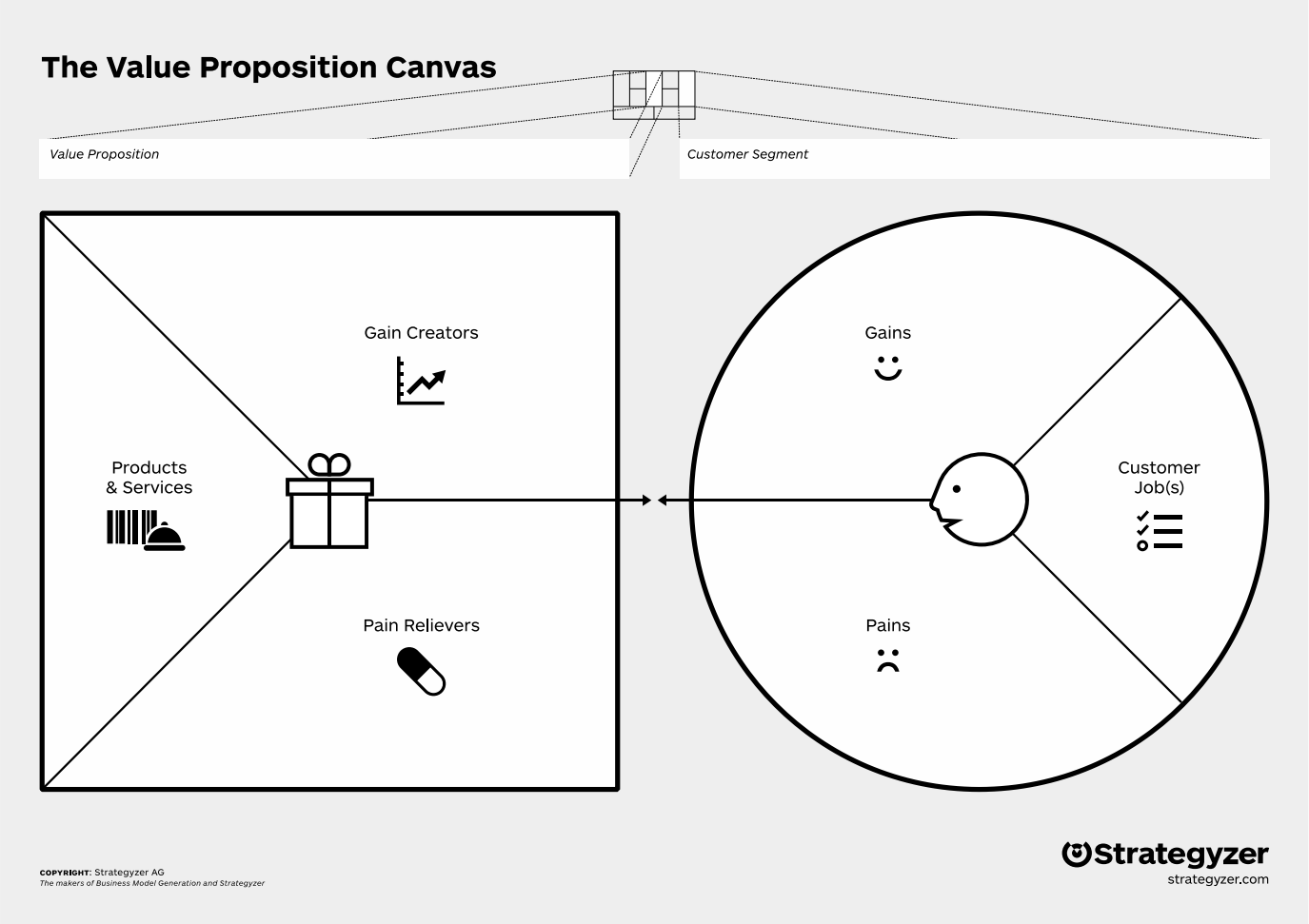
1. Tunnista kaikki hyödyt, joita tuotteesi/palvelusi tarjoaa
2. Kuvaa, mikä tekee näistä hyödyistä arvokkaita asiakkaallesi
3. Priorisoi asiakkaasi ydinongelma
4. Yhdistä tämä arvo asiakkaasi ongelmaan
5. Mieti, mitkä ovat omat erottautumistekijäsi



Lisätietoa:

- blog.hubspot.com/marketing/write-value-proposition
- TEM-opas: Arvoa synnyttävän liiketoiminnan lähteillä, 2018

Value Proposition Canvas auttaa arvolupauksen määrittelyssä



Arvolupaus huomioi merkittävimmät osat asiakkaan kokemista hyödyistä ja haitoista.

Mikä Value Proposition Canvas (VPC) on?

- Value Proposition Canvaksen on alun perin kehittänyt Alexander Osterwalder varmistamaan, että tuotteella/palvelulla on todellinen asiakastarve. Se on tarkempi kuvaus Business Model Canvasin (liiketoimintamallin kuvauksen työkalu) asiakassegmenteistä ja arvolupauksista.
- Value Proposition Canvasia käytetään, kun on tarve muokata ja parannella joko olemassa olevaa tuotetta tai palvelua tai kehittää kokonaan uusia tuotteita tai palveluita.
- **Asiakasprofiilin** avulla tunnistetaan asiakkaan kipukohtia eli asiakaskokemusta huonontavia kohtia sekä lisäarvon tekijöitä eli asioita, jotka tuottavat hyötyä sekä parempaa asiakaskokemusta.
- **Arvontuottoa kuvataan** listaamalla kivunlievittäjät ja lisäarvoa tuottavat tekijät. Näin varmistetaan, että yrityksen palvelut/tuotteet tai niiden ominaisuudet vastaavat asiakastarpeita. VPC toimii myös pohjana liiketoimintamallille.

Mitä voin tehdä Value Proposition Canvasilla?

- **Määrittele Canvasin oikealla laidalla tarkasti asiakasprofiilit**. Tunnista VPC:n avulla asiakkaittesi tärkeimmät tarpeet, mitä haasteita he kokevat yrittäessään suorittaa tehtäviä ja miten he hyötyvät onnistuessaan tarpeensa tyydyttämisessä.
- **Visualisoi Canvasin vasemmalla laidalla tuottamasi arvo.** Määrittele tarjoamasi tärkeimmät osa-alueet, miten helpotat asiakkaan haasteita ja luot hänelle arvoa.
- **Molemmat laidat yhdistämällä nähdään, miten hyvin tuotettu arvo kohtaa asiakkaan tarpeet.** Säädä arvolupaustasi tiedolla, jota saat asiakasrajapinnasta ja rakenna täydellinen tuote/palvelu markkinaan



The Value Proposition Canvas

adidas | PARLEY



Value Proposition

- Adidas Parley
- Impact: environmental footprint of raw material production
- Target: 1 million pairs Adidas Parley shoes in 2017

Customer Segment

- (Conscious) Consumers

Products & Services

- Apparel & shoes with attractive & functional design
- In-store return & deposit system

Gain Creators

- Badge value: Visible branding
- Ocean plastic storytelling
- Quality certification
- Limited edition(s)
- Online store

Pain Relievers

- 6 Month warranty
- Premium positioning

Gains

- Hope, optimism, contributing to a better future
- Belonging to an exclusive club
- Quality
- Comfort
- Wellness
- Being fashionable, standing out

Customer Job(s)

- Leisure: looking good
- Sports: athletic performance

Pains

- Costs
- New technology: uncertain quality
- Access/hassle: buying effort

COPYRIGHT: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Finch & Beak

Strategyzer
strategyzer.com

Työkalu arvolupauksen muodostamiseen

Meidän **tuote tai palvelu** auttaa **asiakasta**, joka haluaa saada **asiakastarpeet tyydytetyksi** siten, että se **verbi, esim. vähentää tai välttää jotain** ja **verbi, esim. lisää, kasvattaa, helpottaa** jotain. Toisin kuin **erottautumistekijä**.

Meidän **yhtiösähköautomme** auttaa **taloyhtiöissä asuvia autottomia asukkaita**, jotka haluavat saada **mahdollisuuden käyttää autoa satunnaisiin kauppareissuihin** siten, että se **vähentää ilmansaasteita ja henkilökohtaisia kuluja ja lisää asumismukavuutta sekä mahdollistaa isommat kauppareissut**.

Yhtiösähköauton ansiosta et tarvitse omaa autoa.

Esimerkki arvolupauksesta

Tehtävä

Määrittele arvolupauksesi täydentämällä omaa Value Proposition Canvasia ja käyttämällä arvolupauksen täyttöpohjaa.
Mieti palvelua kokonaisuutena. Ota arvolupaustasi luodessa huomioon myös asiakaspersoona.