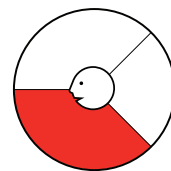


# Korzyści dla klienta



## Pytania-stymulatory

Korzyści to efekty, na których zależy klientom. Korzyści mogą być niezbędne, oczekiwane lub pożądane, ale także zaskakujące. Ich efekty można z kolei podzielić na funkcjonalne, społeczne i pozytywne pod względem emocjonalnym lub w kontekście oszczędności.

*Poniższa lista pytań-stymulatorów może Ci pomóc w identyfikowaniu różnorodnych korzyści dla klienta:*

- 1.** Jakiego rodzaju oszczędności (w sferze czasu, pieniędzy i wysiłku) klienci uznaliby za korzystne?
- 2.** Jakiego poziomu jakości oczekują Twoi klienci? Czego powinno być więcej, a czego mniej?
- 3.** W jaki sposób aktualne propozycje wartości przemawiają do Twoich klientów? Jakich funkcji klienci uznają za najbardziej przydatne? Jakich oczekują poziomów efektywności i jakości?
- 4.** Co mogłoby sprawić, że życie zawodowe lub prywatne Twoich klientów stałoby się łatwiejsze? Chodzi o bardziej płaską krzywą uczenia się, o większy pakiet usług czy o niższe koszty?
- 5.** Jakich pozytywnych konsekwencji społecznych oczekują Twoi klienci? Co według nich przyniesie korzyści wizerunkowe? Co zapewni im większą władzę? Co podniesie ich status?
- 6.** Na czym najbardziej zależy Twoim klientom? Chodzi o dobre projekty, o gwarancje, o konkretne cechy, a może o większą liczbę funkcji?
- 7.** O czym Twoi klienci marzą? Co chcieliby osiągnąć? Co przyniosłoby im wielką ulgę?
- 8.** W jaki sposób Twoi klienci mierzą poziom sukcesów i porażek? Jak oceniają poziomy efektywności i kosztów?
- 9.** Co zwiększyłoby prawdopodobieństwo przyjęcia przez klientów propozycji wartości? Niższe koszty? Mniejszy poziom inwestycji albo ryzyka? Wyższa jakość?