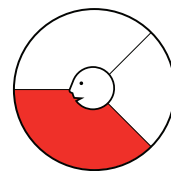


# Źródła korzyści

## Pytania-stymulatory



Źródła korzyści to sposoby, na jakie produkty i usługi zapewniają korzyści klientom. Inaczej mówiąc, jest to jednoznaczny opis naszych zamiarów w kwestii zapewnienia klientom efektów i korzyści, których oczekują lub pragną, oraz takich, które uznaliby za mile widziane, w tym użyteczności pod względem funkcjonalnym, korzyści społecznych, pozytywnych emocji i oszczędności kosztów.

*Wykorzystaj poniższą listę pytań-stymulatorów, aby zadać sobie pytanie:*

***Czy Twoje produkty i usługi są w stanie...***

- 1.** ...generować oszczędności, które zadowolą klientów (w kontekście czasu, pieniędzy lub wysiłku)?
- 2.** ...wywoływać efekty, jakich oczekują klienci czy nawet takie, które przekraczają ich oczekiwania (zapewniając wyższy poziom jakości albo zwiększając lub zmniejszając poziom określonych zasobów)?
- 3.** ...przewyższać to, co zawierają aktualne propozycje wartości i zachwycać klientów (bo posiadają wyjątkowe cechy, są bardziej efektywne lub mają wyższą jakość)?
- 4.** ...ułatwiać klientom życie zawodowe lub prywatne (bo są bardziej użyteczne, łatwiej dostępne, bardziej wszechstronne lub generują niższe koszty)?
- 5.** ...wywoływać pozytywne konsekwencje społeczne (bo korzystanie z nich poprawia wizerunek klientów lub sprawia, że rośnie poziom ich władzy lub poprawia się ich pozycja)?
- 6.** ...zapewniać coś konkretnego, na czym zależy klientom (w kontekście jakości projektu, gwarancji, specyficznych cech lub większej ich liczby)?
- 7.** ...spełniać pragnienia klientów (pomagając im realizować aspiracje lub przynosząc ulgę w walce z przeciwnościami)?
- 8.** ...generować pozytywne efekty dopasowane do stosowanych przez klientów kryteriów oceny sukcesów i porażek (zapewniając wyższy poziom efektywności lub generując niższe koszty)?
- 9.** ...ułatwiać akceptację propozycji wartości (za sprawą niższych kosztów, mniejszej liczby inwestycji, niższego poziomu ryzyka, wyższej jakości, większej efektywności lub lepszego designu)?