

Le 3 regole d'oro per una proposta di valore

Che cos'è una proposta di valore?

Una proposta di valore (value proposition) è un insieme di promesse basate sulle capacità e la credibilità dell'offerta, che aiuta i tuoi potenziali clienti a capire come quella offerta è indirizzata in modo univoco ai loro problemi specifici, alle loro opportunità e le loro sfide.

Immagine di avere un prodotto o un servizio eccezionali, (se non sei convinto di averlo, hai già un problema)

Immagina anche di avere identificato il mercato ideale, i clienti che possono riceverne il massimo beneficio.

Se però il tuo cliente ideale non è in grado di comprendere la proposta di valore che è contenuta in quello che offri, allora tutti i tuoi sforzi sono inutili.

La domanda che devi farti è:

Come faccio a fare percepire il valore di quello che faccio?

Questo è il vero problema di chi ha qualcosa da mettere sul tavolo, ma non sa come fare a spiegarlo agli altri.

Questo è il punto nodale di qualunque azione di marketing, perché fare marketing non vuol dire fare un sito, scrivere su una pagina facebook, fare campagne Google, o

Qualunque cosa tu stia vendendo, prodotto o servizio, la tua **proposta di valore** è la singola componente più importante in assoluto.

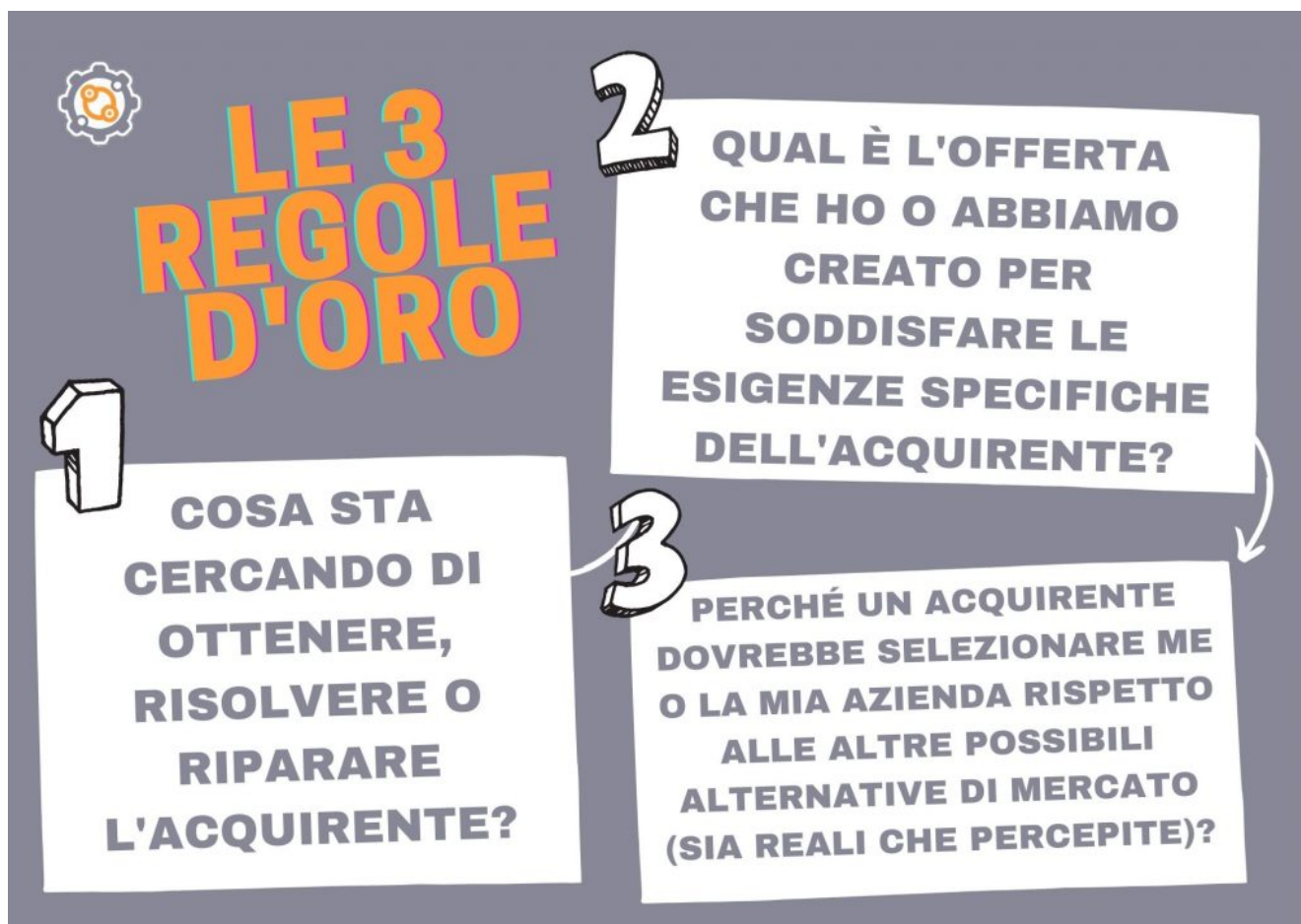
Una **proposta di valore** non è semplicemente “dire cosa stai offrendo e a chi la stai offrendo”, ma anche scegliere con cura le parole per descrivere la stessa offerta.

Queste parole saranno a supporto delle tue azioni di lead generation e di tutti i materiali di marketing che tu e i tuoi venditori utilizzerete per creare connessioni potenti con i tuoi clienti potenziali o reali

Per fare questo prima di tutto devi sapere

- cos'è che tu fai bene
- cos'è che tu devi migliorare, .
- cos'è che tu sai fare meglio di chiunque altro

In secondo luogo è fondamentale che **il messaggio che comunichi** e **le promesse che fai** siano coerenti con l'esperienza e con le soluzioni che attualmente offri ai tuoi clienti



Le 3 regole d'oro per una proposta di valore

Una **proposta di valore** prima di tutto deve essere incentrata sul cliente, non su di te o sulla tua attività.

La proposta di valore dovrà rispondere a 3 domande chiave:

1. cosa sta cercando di ottenere, risolvere o riparare l'acquirente?
2. qual è l'offerta che io o la mia azienda abbiamo per soddisfare le esigenze specifiche dell'acquirente?
3. perché un acquirente dovrebbe selezionare me o la mia azienda rispetto alle altre possibili alternative di mercato (sia reali che percepite)?

[scarica qui il file](#) da salvare per il tuo book delle idee

Fai attenzione, queste domande sono semplici ma le risposte non lo sono mai.

Prima di avventurarti a fare campagne pubblicitarie, ingaggiare agenzie e spendere una fraccata di denaro senza neanche capire perché, riflettici e se hai qualche incertezza e pensi di avere bisogno di aiuto scrivimi ad alberto@alberovercellotti.it

Allez!