

Diagnóstico de *Valor Percebido*

7 perguntas para descobrir se o cliente entende por que vale a pena escolher sua empresa, além do preço.



Quando o valor não está claro,
o preço ganha importância.

Antes de analisar seu preço, ... *analise a percepção de valor.*

Preço e valor não são a mesma coisa.

Preço é objetivo:

OP

é quanto o cliente precisa pagar.

Valor percebido é a interpretação

OV

que o cliente faz sobre aquilo que receberá em troca.

Quando o cliente não percebe diferenças relevantes entre duas empresas, o preço tende a ganhar mais peso na decisão.

“

Antes de concluir que precisa cobrar menos, investigue se sua empresa demonstra bem o valor que já entrega.

O valor percebido

muda a decisão do cliente.

...

É essa percepção que influencia perguntas como:

01 Vale a pena?

02 Faz sentido para mim?

03 Por que escolher esta empresa?

04 Existe diferença entre as opções?

Este diagnóstico não avalia se o preço está certo ou errado.

Ele mostra se existem elementos suficientes para o cliente entender por que sua empresa vale o que cobra.

Como fazer

o diagnóstico

...

Pense na empresa como ela é percebida pelo cliente, não apenas como você gostaria que ela fosse percebida.



SIM
2 PONTOS

Acontece de forma clara e consistente.



PARCIALMENTE
1 PONTO

Existe, mas depende da situação, pessoa ou canal.



NÃO
0 PONTOS

Não acontece ou não é demonstrado com clareza.

Depois, some os pontos.

0 A 14 PONTOS

Observe principalmente as respostas “NÃO” e “PARCIALMENTE”.

O cliente entende o valor ... *antes de comparar o preço?*

Responda com base na percepção do cliente, não apenas na intenção da empresa.

01

CLAREZA DA OFERTA

Um potencial cliente entende com facilidade o que sua empresa oferece e qual problema ajuda a resolver?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

02

DIFERENCIAÇÃO

O cliente percebe razões concretas para escolher sua empresa em vez de uma alternativa semelhante?

Não considere respostas genéricas como “qualidade” ou “bom atendimento”.



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

Na dúvida, marque a opção que o cliente provavelmente escolheria.

A percepção se mantém ...

antes e durante a compra?

03

BENEFÍCIO

A comunicação mostra não apenas o que sua empresa faz, mas por que isso importa para o cliente?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

04

PERCEPÇÃO ANTES DA COMPRA

Antes de contratar, o cliente encontra sinais que sustentam confiança e valor?

Pense em apresentação, site, comunicação, proposta, atendimento e organização.



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

A experiência confirma ... *o valor prometido?*

05

PROCESSO COMERCIAL

Durante a venda, sua empresa demonstra valor sem depender imediatamente de desconto?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

06

EXPERIÊNCIA

A experiência entregue é coerente com o posicionamento e com o preço cobrado?



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

O valor é consistente

em todos os contatos?

...

07

CONSISTÊNCIA

O cliente encontra a mesma percepção de valor nos diferentes pontos de contato com a empresa?

Pense em comunicação, atendimento, proposta, entrega e pós-venda.



SIM
2 PONTOS



PARCIALMENTE
1 PONTO



NÃO
0 PONTOS

MINHA PONTUAÇÃO

Some os pontos e registre o resultado.

/ 14

A pontuação mostra o nível geral. As respostas mostram onde olhar.

O que sua pontuação *está sinalizando?*

...

A pontuação oferece uma visão geral. Sozinha, ela não identifica a causa do problema.

0 A 4 VALOR POUCO PERCEPTÍVEL

Sua empresa pode entregar mais valor do que consegue demonstrar. Existem poucos sinais claros para o cliente escolher além do preço.

Pergunta: o cliente entende por que deveria escolher minha empresa?

5 A 9 VALOR PARCIALMENTE PERCEBIDO

Existem elementos de valor, mas a percepção ainda é inconsistente. Ela pode estar clara em um momento e enfraquecer em outro.

Pergunta: em qual momento da jornada nossa percepção de valor enfraquece?

Volte às questões marcadas como “NÃO” ou “PARCIALMENTE”. Elas indicam onde vale investigar.

Pontuação alta não significa ... *trabalho encerrado.*

10 A 14

VALOR MAIS CONSISTENTE

Sua empresa apresenta sinais mais claros de diferenciação, benefício e coerência entre promessa e experiência.

O próximo passo é reconhecer o que sustenta essa percepção e onde ela ainda pode ser fortalecida.

PERGUNTA PARA INVESTIGAR

O que hoje sustenta a escolha pela nossa empresa, e onde podemos tornar isso ainda mais evidente?

Não analise apenas o total.

As respostas revelam os sinais que merecem investigação.

Agora descubra ...

onde o valor está se perdendo.

As 7 perguntas revelam os sinais. As 4 áreas ajudam a investigar a causa.

01

OFERTA

O cliente entende o que sua empresa entrega e por que isso importa?

INVESTIGUE:

- ☐ Clareza da oferta
- ☐ Benefício
- ☐ Diferenciação
- ☐ Relevância
- ☐ Adequação ao cliente

02

COMUNICAÇÃO

O valor entregue consegue ser percebido antes da compra?

INVESTIGUE:

- ☐ Mensagem
- ☐ Posicionamento
- ☐ Apresentação
- ☐ Provas
- ☐ Consistência

Investigue a jornada *da venda à entrega.*

...

03

COMERCIAL

O processo de venda aumenta ou reduz a percepção de valor?

INVESTIGUE:

- Diagnóstico
- Abordagem
- Argumentação
- Proposta
- Negociação

04

EXPERIÊNCIA

A experiência confirma o valor que foi prometido?

INVESTIGUE:

- Atendimento
- Processos
- Conveniência
- Entrega
- Pós-venda

Escolha uma prioridade ...

para os próximos 30 dias.

Não tente melhorar as quatro áreas ao mesmo tempo. Escolha aquela com maior concentração de respostas “NÃO” e “PARCIALMENTE”.

☐ OFERTA

☐ COMUNICAÇÃO

☐ COMERCIAL

☐ EXPERIÊNCIA

MINHA PRIORIDADE

Defina o que precisa investigar, qual evidência procurar e quando revisar sua decisão.

Valor se constrói.

...

Percepção se conquista.

Este diagnóstico não define sua empresa. Ele revela pontos que merecem atenção estratégica.

“

Quanto mais claro é o valor percebido, menos o preço precisa carregar sozinho o peso da decisão.

Valor é aquilo que o cliente consegue entender, perceber e experimentar ao longo da relação.

Seu diagnóstico revelou um ponto que merece investigação?

A BB pode transformar o sinal em uma prioridade estratégica e um plano de ação.

CONVERSAR SOBRE MEU DIAGNÓSTICO

@beatrizestrategiadigital
beatrizestrategiadigital.com.br
(21) 98373-1147