

2. Il negozio	1. Il cliente
Chi è? Quali difficoltà risolve? Quali benefici concreti offre? 	Chi è? Perché entra in negozio? Cosa si aspetta di trovare?

Come compilare il modello

1. Si parte dal **cliente**, compilando la colonna di destra sulla base di osservazione, ascolto e dati reali; solo in un secondo momento si passa all'offerta (negoziato), nella colonna di sinistra.
2. Scegliere **una sola tipologia di clientela**, senza sovrapporre segmenti diversi nello stesso schema. **Per esempio**, se il negozio si rivolge sia a chi acquista una lista nozze sia a chi compra al dettaglio, è utile analizzare un solo profilo per volta.
3. Infine, è importante osservare il dialogo tra le due colonne e verificare se esiste una corrispondenza chiara tra ciò che il cliente cerca e ciò che il negozio è davvero in grado di offrire. **Quando alcuni bisogni restano scoperti, la proposta va chiarita o ottimizzata.**

Fonte

Versione semplificata ispirata al *Value Proposition Canvas* di Alexander Osterwalder.

Contatti

Per condividere l'esito dell'esercizio o avviare un confronto: info@cafeconsulting.it.
Veronica Barsotti sarà felice di leggere eventuali riflessioni.

