

## Questões para levantar dores

Leia mais sobre [dores no glossário da flexM4i](#)

Essas questões foram traduzidas de Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons.

Como seus clientes definem algo como muito caro? Leva muito tempo, custa muito dinheiro ou requer esforços substanciais?

O que faz seus clientes se sentirem mal? Quais são suas frustrações, aborrecimentos ou coisas que lhes causam dor de cabeça?

Como as propostas de valor atuais estão aquém para seus clientes? Quais características estão faltando? Existem problemas de desempenho que os irritam ou mau funcionamentos que eles citam?

Quais são as principais dificuldades e desafios que seus clientes encontram? Eles entendem como as coisas funcionam, têm dificuldades para realizar certas tarefas ou resistem a trabalhos específicos por razões específicas?

Quais consequências sociais negativas seus clientes encontram ou temem? Eles têm medo de perder a reputação, poder, confiança ou status?

Quais riscos seus clientes temem? Eles têm medo de riscos financeiros, sociais ou técnicos, ou estão se perguntando o que poderia dar errado?

O que está mantendo seus clientes acordados à noite? Quais são suas grandes questões, preocupações e medos?

Quais erros comuns seus clientes cometem? Eles estão usando uma solução de maneira errada?

Quais barreiras impedem seus clientes de adotar uma proposta de valor? Existem custos de investimento inicial, uma curva de aprendizado íngreme ou outros obstáculos que impedem a adoção?