

# VALUE BUILDER

---



Gebruik van de tool  
Template  
Voorbeeld

# Value Builder

De Value Builder helpt je om jouw product of dienst te verbeteren zodat het beter past bij de wensen van je klant. Je bepaalt voor een klantgroep wat hun belangrijkste wensen zijn. Je kijkt wat jouw product of dienst kan leveren. Vervolgens check je hoeveel overlap er is tussen de wensen van de klant en jouw aanbod. Met de Value Builder weet je of je verbeteringen kunt aanbrengen bij je product of dienst zodat het beter aansluit op de wensen van je klanten.

## Tips voor gebruik

Je kunt de Value Builder alleen gebruiken of in een groep, zoals met collega's. Bij gebruik van de tool door collega's maak twee groepen. De ene groep vult de klantkant (links) in, de andere groep de aanbodkant (rechts), om daarna met de hele groep te kijken of er (voldoende) overlap is tussen klantvraag en aanbod.

Download het Value Builder canvas en print deze op een groot stuk papier om te gebruiken tijdens een brainstormsessie. Om te zien hoe je de Value Builder in de praktijk kan gebruiken kun je het voorbeeld van Airbnb downloaden.

## Gebruik van de tool

De inzichten die de Value Builder geeft, helpen je om je product of dienst aantrekkelijk in de markt te zetten. Zet de Value Builder voor één klantgroep en één product/dienst tegelijk in. Vul eerst de klantkant (links) in, en daarna de aanbodkant (rechts).

### Stap 1: identificeer je klantgroep

Je klanten kunnen uiteenlopende wensen hebben. Wees zo specifiek mogelijk door één klantgroep te kiezen. Een klantgroep is een groep met overeenkomende karakteristieken en wensen. Wil je rekening houden met meerdere klantgroepen, maak dan meerdere Value Builders.

Kies en beschrijf je klantgroep. Je klantgroep kan bijvoorbeeld bestaan uit consumenten of bedrijven.

- Als je klantgroep bestaat uit bedrijven omschrijf dan de omvang, sector en hun aanbod. Bijvoorbeeld middelgrote bedrijven die specialistische rolstoelen ontwikkelen en verkopen.
- Als je klantgroep bestaat uit consumenten omschrijf dan de leeftijd, doelen, geslacht, opleidingsniveau en interesses. Bijvoorbeeld vrouwen tussen de 25 en 40 jaar met krullend haar.

### Stap 2: bepaal het doel van de klant

Een klant heeft altijd een doel bij het kopen van een product of dienst. Een doel kan het oplossen van een probleem zijn of het uitvoeren van een taak.

- De rolstoelen-fabrikant heeft bijvoorbeeld het doel om een zo comfortabel mogelijke rolstoel te verkopen.
- Vrouwen met krullend haar hebben bijvoorbeeld het doel om hun haar in bedwang te krijgen.

### **Stap 3: beschrijf de wensen van je klantgroep**

Klanten hebben voorwaarden voor het bereiken van het doel. Kruip in het hoofd van je klant. Bedenk welke wensen je klanten hebben. Van welke resultaten worden je klanten blij? Waar zitten ze op te wachten? Waar dromen je klanten van?

- Bijvoorbeeld in het geval van de rolstoelen-fabrikant, waar zit een klant nu echt op te wachten, is dat comfort of wendbaarheid?
- Bijvoorbeeld in het geval van vrouwen met krullend haar, hoe zouden zij hun krullen in bedwang willen houden? Hoeveel tijd en producten willen ze hiervoor gebruiken?

### **Stap 4: beschrijf je product of dienst**

Kies en beschrijf één product of dienst. Beschrijf ook welke ondersteunende producten of diensten erbij horen. Wat krijgt de klant als ze bij jou kopen? In het geval van een product, wat krijgt de klant fysiek in handen? In het geval van een dienst, waarmee wordt een klant geholpen?

### **Stap 5: bepaal de voordelen van je product of dienst**

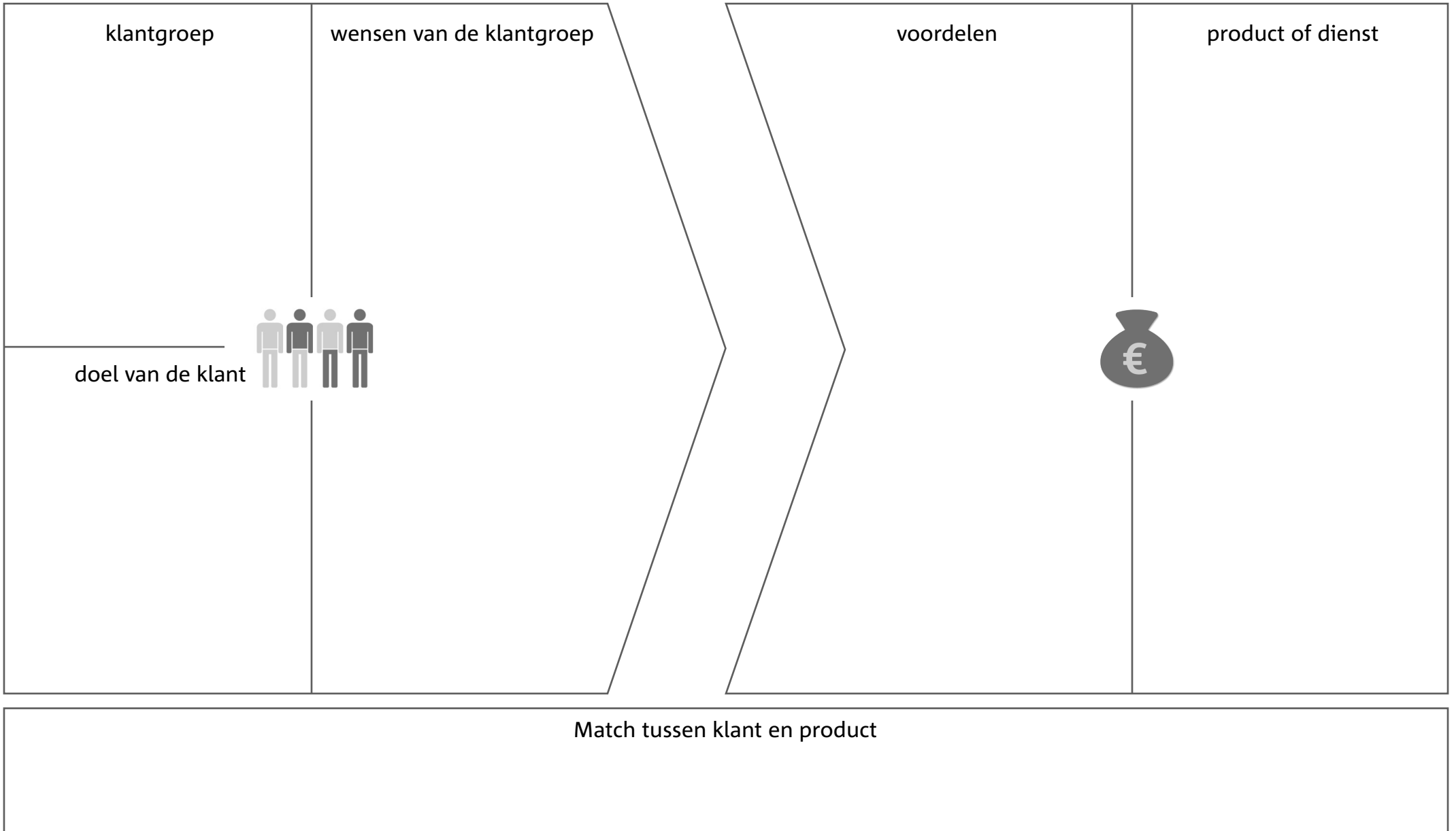
Vervolgens, overweeg wat de voordelen van je product of dienst zijn voor je klant. Welke oplossingen biedt het? Hoe helpt het de klant? Voordelen kunnen betrekking hebben op prestaties, ervaring, kostenbesparing of gemak. Voordelen kunnen ook emotioneel zijn, denk bijvoorbeeld aan de dame met krullend haar, een shampoo die haar haar in bedwang houdt zal zorgen dat ze zich zelfverzekerd voelt.

### **Stap 6: evalueer de match tussen klant en product**

Leg de twee helften van het template weer bij elkaar. Bepaal of de wensen van je klant aansluiten op wat je product of dienst te bieden heeft. Als er slechts een gedeeltelijke een match is, overweeg dan welke voordelen je zou kunnen toevoegen zodat je product of dienst beter aansluit.

# value builder

naam \_\_\_\_\_



datum \_\_\_\_\_

# Voorbeeld Airbnb

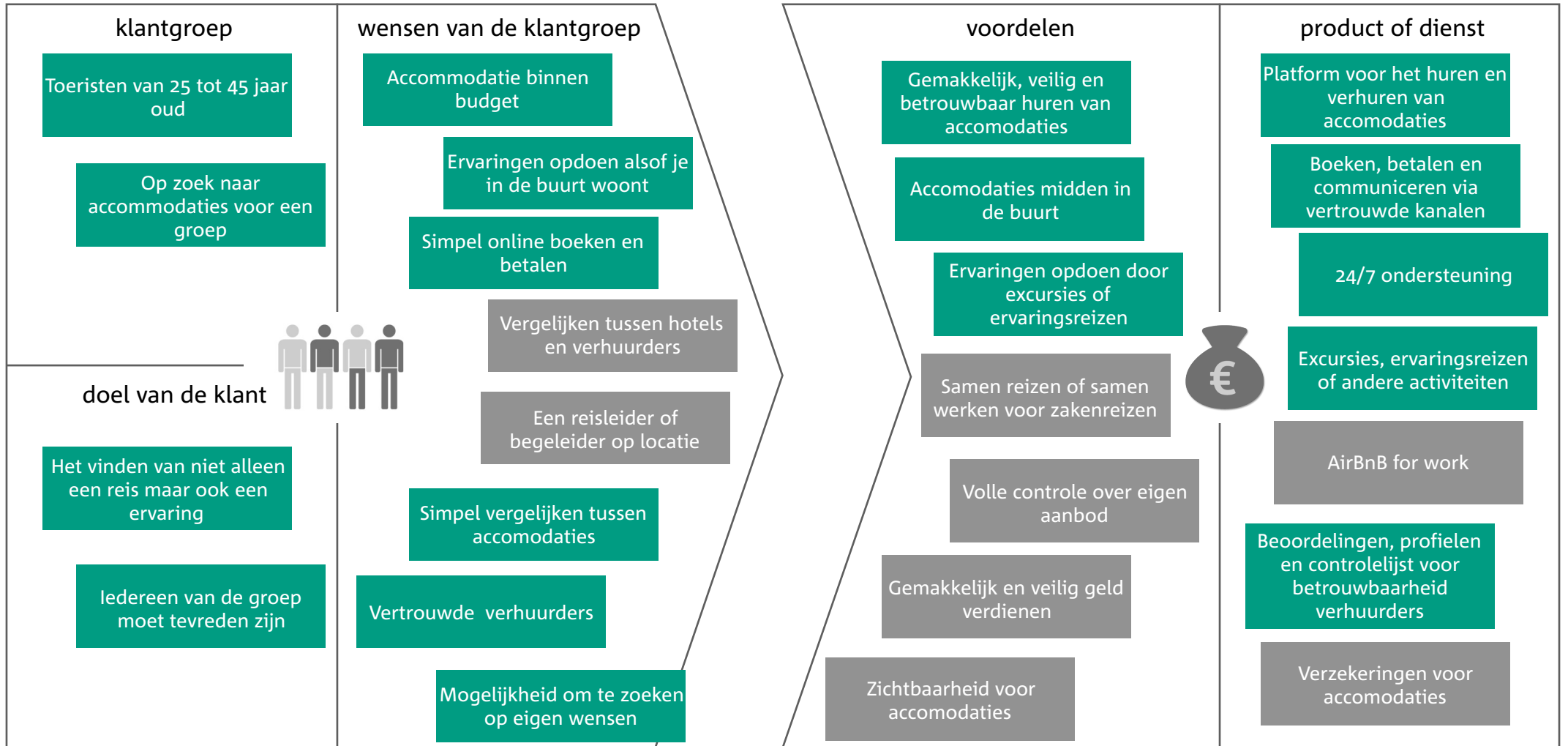
<b>industrie</b>	Toerisme
<b>producten &amp; diensten</b>	Verhuur en huur van accommodaties via een platform
<b>bedrijfs-grootte</b>	3.100 werknemers (2017)
<b>omzet</b>	\$2,6 miljard
<b>locatie</b>	San Francisco, Verenigde Staten



Airbnb biedt een platform aan waarop huurders en verhuurders van accommodaties elkaar kunnen vinden. Verhuurders kunnen hun privé-accommodatie verhuren op een simpele en veilige manier. Huurders kunnen gemakkelijk en veilig een lokale accommodatie boeken en betalen. Er zijn allerlei accommodaties beschikbaar, zo zijn er huisjes, hostels, appartementen, privé kamers, etc. Airbnb probeert huurders en ook verhuurders een veilige en betrouwbare ervaring te bieden. Zo kunnen huurders reviews achterlaten, zijn er controlelijsten voor verhuurders en zijn er veilige manieren van boeken, betalen en communiceren. Inmiddels bedient Airbnb ook zakelijke reizigers met Airbnb for work. Naast accommodaties biedt Airbnb ook ervaringen aan in de vorm van activiteiten of excursies.

## De Value Builder voor Airbnb

Met het invullen beginnen we aan de klantkant, linksboven. Hier wordt een typische Airbnb klant beschreven, een reiziger met het doel om een groepsreis te boeken. Input uit gesprekken met zulke klanten kan gebruikt worden om de wensen zo goed mogelijk op te schrijven. Aan de rechterkant wordt de dienst van Airbnb, namelijk het platform, en alle aanvullende diensten opgeschreven. Ook de voordelen van de dienst(en) worden beschreven. De laatste stap is bekijken of er een match is tussen de wensen van de klant en het aanbod. De paarse blokken laten overlap zien. De grijze zijn onbeantwoorde klantvragen of aanbod dat niet relevant is voor deze klantgroep.



### Match tussen klant en product

Er lijkt een goede match te zijn tussen wat Airbnb aanbiedt en waar de toeristen op zitten te wachten voor groepsreizen. Airbnb heeft meer klanten dan alleen de toerist, zo zijn de zakelijke reiziger en de verhuurder ook klanten. Voor de toerist als klantgroep zijn er nog een paar mogelijkheden om beter aan te sluiten bij de wensen.