

È lo strumento che ci permette di entrare in empatia con i nostri clienti, individuando le necessità e i desideri in modo da capire in che modo proporre prodotti e servizi al mercato di riferimento. La finalità è quella di stabilire il valore e il valore aggiunto dell'impresa per strutturare una strategia di comunicazione basata sui contenuti differenzianti e sull'identità dell'azienda.

Data: \_\_\_\_\_

Cliente: \_\_\_\_\_

**Prodotti e Servizi**

Dopo aver ragionato sui bisogni, sulle difficoltà e sulle aspettative del cliente è necessario capire cosa possiamo offrire e quindi è arrivato il momento di descrivere i prodotti e i servizi offerti al mercato attraverso un elenco preciso e puntuale di tutta l'offerta a disposizione.

**5**

**Riduttori di difficoltà e generatori di vantaggi**

Cosa può aiutare il nostro cliente a ridurre le difficoltà che normalmente incontra? Cosa potrebbe costituire un vantaggio ulteriore rispetto ai prodotti e servizi già presenti nel mercato? Nell'ultimo quadrante concentriamo l'attenzione sul perchè i nostri prodotti o servizi sono attrattivi per i vari segmenti di clientela.

**6**

