FUNDAÇÃO DOM CABRAL

FDC

DESENVOLVIMENTO DE EXECUTIVOS E EMPRESAS

Dimensões da Estratégia e Competitividade (Primeira Parte)

Professor Carlos Gustavo Fortes Caixeta

A primeira dimensão do seu Diagnóstico Estratégico Competitivo é **"Criar e Manter uma Proposição de Valor Importante"**, composta pelos seguintes itens:

	1	2	3	4	5	N/A
1. Os nossos produtos e/ou serviços estão criando um mundo melhor para os clientes, por resolverem uma necessidade ou desejo não satisfeitos.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Os nossos produtos e serviços estão redefinindo o mercado, fornecendo um produto ou serviço de alto valor agregado.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Os nossos produtos / serviços estão modernizando o mercado, otimizando as vantagens da cadeia de suprimentos para oferecer preços mais baixos com uma qualidade suficientemente boa.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Os benefícios de ordem superior (emocionais ou financeiros) são os principais motivos para os clientes comprarem da nossa empresa.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	1	2	3	4	5	N/A
5. A proposta de valores fornece benefícios de ordem superior únicos em cada produto/serviço, localização e experiência.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Anunciamos claramente a nós mesmos, à nossa diretoria e aos nossos clientes o nosso mercado-alvo, perfil do cliente e valor fornecido nos produtos e serviços.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. A criação e fornecimento de novos produtos ou serviços domina a oferta da linha de produtos (ou serviços) da empresa.	☐	☐	☐	☐	☐	☐