

# QUEM VOCÊ PENSA QUE É?



Explore questões para o  
**POSICIONAMENTO DE MERCADO**  
de um serviço ou produto

## ▶ RODADA ORAL

Responda cada questão de forma clara e sucinta... se você puder!

**Quanto mais você demorar ou gaguejar durante as respostas, mais você precisará refletir sobre seu serviço/produto (s/p) na RODADA ESCRITA.**

Convide alguém para fazer as perguntas. Esta pessoa poderá te ajudar a perceber os pontos críticos. **Sugiro usar uma ampulheta de 1 minuto para limitar o tempo de resposta por questão.**

## ▶ RODADA ESCRITA

**Na segunda fase, escreva as respostas sem pressão alguma.** Se sentir vontade de mudar uma questão já respondida à medida que avança, tudo bem. É normal que isto aconteça. Todas as perguntas foram feitas para ajudar você a refletir sobre seu s/p. **É interessante que outras pessoas envolvidas respondam as questões também, sem sua influência. Assim você terá vários pontos de vistas que te ajudarão na compreensão dos seus desafios** de posicionamento da marca. Começando em 3... 2...1!

## CLAREZA

O QUE SEU SERVIÇO OU PRODUTO FAZ?

---

---

DIGA DE OUTRA FORMA

---

---

DÊ EXEMPLOS

---

---

EXPLIQUE USANDO UMA ANALOGIA

---

---

## ESPELHO

PEÇA A CLIENTES OU POTENCIAIS CLIENTES PARA RESPONDEREM AS QUESTÕES ACIMA.

---

---

---

---

## RELEVÂNCIA

O QUE AS PESSOAS GANHAM COM SEU S/P ?

---

---

O QUE AS PESSOAS PERDEM SEM SEU S/P ?

---

---

## FRAME DE REFERÊNCIA

COM QUE OUTROS SERVIÇOS/PRODUTOS O SEU PODE SER COMPARADO?

---

---

O QUE HÁ EM COMUM ENTRE O SEU S/P E OS "PLAYERS" COMPARÁVEIS?

---

---

## FRAME DE DIFERENCIAÇÃO

O QUE FAZ AS PESSOAS PREFERIREM SEU S/P?

---

---

## FORÇA COMPETITIVA

O QUE OUTROS SERVIÇOS/PRODUTOS TERIAM DE FAZER PARA TER SEU DIFERENCIAL COMPETITIVO?

---

---

COM QUE GRAU DE DIFICULDADE?  P  M  G

## LIMITES

CONSIDERANDO O DOMÍNIO DO PROBLEMA, O QUE SEU S/P PODERIA FAZER E NÃO FAZ? POR QUE?

---

---

---

---

---

---



## FAZ DIFERENÇA QUEM FAZ SENTIDO



**Denise ELER**

[contato@sensemakers.com.br](mailto:contato@sensemakers.com.br)

### CONHEÇA TAMBÉM AS OUTRAS FERRAMENTAS

#### **BRIEF**

QUE TAL UMA AJUDA NA HORA DAS REUNIÕES?  
SAIBA COMO ESTRUTURAR O CAOS.



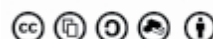
#### **RADAR**

ONDE ESTÁ A COMPETITIVIDADE  
DO SEU MODELO DE NEGÓCIOS?



CONHECE ALGUÉM QUE GOSTARIA  
DE TER ACESSO A ESTE MATERIAL?

COMPARTILHE: [www.sensemakers.com.br/#gifts](http://www.sensemakers.com.br/#gifts)



DESIGNED BY: DENISE ELER

Este documento faz parte do material didático do  
Programa de Capacitação em Design Thinking & Sensemaking, de Denise Eler

WWW.SENSEMAKERS.COM.BR