

NHU CẦU KHÁCH HÀNG



DỄ DÀNG LIÊN HỆ GIÚP ĐỠ

Dễ dàng tiếp cận hoặc liên hệ nhóm dịch vụ hỗ trợ khách hàng hoặc các forum người tiêu dùng của sản phẩm.



KHẢ NĂNG TƯƠNG THÍCH

Sản phẩm có thể được sử dụng dễ dàng với những sản phẩm khác mà mình có.



ĐỒNG CẢM

Sản phẩm đồng cảm và hiểu được cảm giác, suy nghĩ, và nhu cầu của mình.



ĐỘ TIN CẬY

Sản phẩm đáng tin cậy và cho kết quả như khi quảng cáo mỗi lần sử dụng.



CÔNG BẰNG

Công bằng từ giá cả đến thời hạn hợp đồng, chính sách đổi trả, v.v.



MINH BẠCH

Minh bạch trong các thông tin về sản phẩm như giá cả, nguyên liệu, nguồn gốc, v.v.



TRẢI NGHIỆM

Tạo trải nghiệm tốt, thú vị, hoặc dễ dàng khi sử dụng sản phẩm.



THUẬN TIỆN

Giải pháp của sản phẩm phải thuận tiện khi sử dụng để giải quyết vấn đề.



THÔNG TIN

Đầy đủ thông tin để giúp mình sử dụng sản phẩm một cách thành công.



HIỆU QUẢ

Giúp mình cải thiện công việc, và giảm thời gian hoặc khó khăn khi thực hiện công việc đó.



GIÁ CẢ

Mình có ngân sách giới hạn để mua sản phẩm.



SỰ LỰA CHỌN

Cho mình nhiều lựa chọn sản phẩm, phương pháp thanh toán, chuyển hàng, v.v.



THIẾT KẾ

Thiết kế đẹp và ưa nhìn.



CHỨC NĂNG

Cần sử dụng sản phẩm để giải quyết vấn đề mình gặp phải trong công việc hoặc cuộc sống.



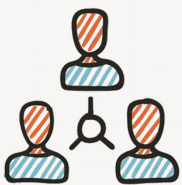
TRONG TẦM KIỂM SOÁT

Cảm thấy tất cả giao dịch trong tầm kiểm soát của mình, từ lúc mua cho đến lúc vận chuyển, cài đặt, sử dụng, hoàn trả sản phẩm, v.v.



HIỆU SUẤT

Sản phẩm hoặc dịch vụ đạt kết quả chính xác giúp mình đạt mục tiêu mong đợi.



TƯ DUY ĐỒNG VAI

THIÊN THẦN

Tập trung vào ưu điểm



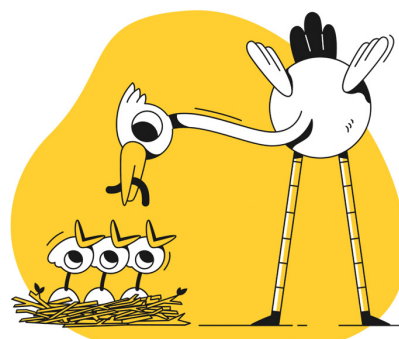
DOANH NHÂN

Tập trung vào chi phí, doanh thu



BÀ MẸ

Quan tâm đến
cảm xúc khách hàng



NHÀ KHOA HỌC

Tập trung vào số liệu thực tế



NHÀ TRIẾT HỌC

Tập trung vào lý do vì sao



ÁC QUỶ

Tập trung vào khuyết điểm, rủi ro



Thẻ phản hồi khách hàng



GIÚP HỢP TÁC TỐT HƠN



KHÓ HỢP TÁC
VỚI NGƯỜI KHÁC



CÓ TÍNH GIẢI TRÍ CAO



CÓ TÍNH THÚC ĐẨY,
TRUYỀN CẢM HỨNG



DỄ TIÊN ĐOÁN TRƯỚC,
KHÔNG GÂY SỐC



KHÔNG MANG TÍNH GIẢI TRÍ



KHÔNG TRUYỀN CẢM
HỨNG HOẶC THÚC ĐẨY



KHÔNG THỂ ĐOÁN TRƯỚC



MẠNH MỀ, QUYỀN LỰC



HIỆN ĐẠI



DÙNG ĐƯỢC CHO
TẤT CẢ MỌI NGƯỜI



YẾU, KHÔNG ĐỦ LỰC



CỔ ĐIỆN



ĐỘC QUYỀN, CHỈ MỘT SỐ
NGƯỜI DÙNG ĐƯỢC



CÁ NHÂN HOÁ



LIÊN QUAN, THÍCH HỢP



THÂN THIỆN, DỄ GẦN



CHUNG CHUNG



KHÔNG LIÊN QUAN



KHÔ KHAN,
KHÔNG THÂN THIỆN



DỄ HIỂU,
ĐI THẲNG VÀO VẤN ĐỀ



GỌN GÀNG



SÁNG TẠO, ĐỘC ĐÁO



KHÓ HIỂU, DỄ NHẦM LẤN



BÙA BỌN, BẠN RỘN



KHÔNG SÁNG TẠO, CŨ



TIỆN



KHÔNG TIỆN LỢI



ĐÁNG TIN CẬY



KHÔNG ĐÁNG TIN,
HAY THAY ĐỔI



HỮU ÍCH



KHÔNG HỮU ÍCH



NĂNG SUẤT CAO



QUEN THUỘC



LINH HOẠT



NĂNG SUẤT THẤP



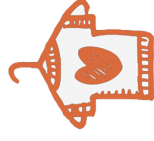
VÔ DUYÊN, KHÁC NGƯỜI



CỨNG RẮN, KHUÔN ĐÚC



CÔNG NGHỆ MỚI



THIẾT YẾU, CẦN THIẾT

$$E=mc^2$$

TÍNH NĂNG CHUYÊN
NGHIỆP, TRÌNH ĐỘ CAO



LỖI THỜI



KHÔNG QUAN TRỌNG

$$E=mc^2$$

KHÔNG CHUYÊN NGHIỆP



NHANH



CÓ SỨC QUỲN RŨ,
ĐÁNG MONG MUỐN



ĐƠN GIẢN



CHẬM CHẠP,
MẤT THỜI GIAN



KHÔNG CÓ SỨC QUỲN RŨ,
ĐÁNG MONG ĐỢI



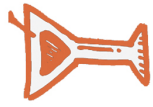
PHỨC TẠP, CHOÁNG NGỘP



DỄ SỬ DỤNG



KHÓ DÙNG



TINH TẾ



THÔ SƠ / CHƯA TINH CHẾ



SẠCH



KHÔNG SẠCH



TOÀN DIỆN, ĐẦY ĐỦ



TẠO SỰ THOẢI MÁI, DỄ CHỊU



CHẤT LƯỢNG CAO



KHÔNG ĐẦY ĐỦ,
TOÀN DIỆN



KHÔNG THOẢI MÁI



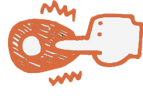
CHẤT LƯỢNG KÉM



NHẤT QUẢN



TẠO SỰ HÀI LÒNG



CÓ TÍNH TƯƠNG TÁC CAO



KHÔNG NHẤT QUẢN



GÂY CẢM GIÁC KHÓ CHỊU
HOẶC CĂNG THẲNG



TÍNH TƯƠNG TÁC THẤP



CÓ TÍNH LOGIC CAO



CẦN KỸ THUẬT CAO



CẦN THẬN



DỰA TRÊN CẢM TÍNH



DỄ HIỂU, KHÔNG CẦN
KỸ THUẬT CAO



CẦN THẬN, ĐẦY MẠO HIỂM



MỖI NGÀY



LẠC QUAN



NỔI BẬT



DỰA TRÊN KHOẢNH KHẮC
ĐẶC BIỆT, NHẤT THỜI



CẦN THẬN, BỊ QUAN



TẾ NHỊ, KHÔNG NỔI BẬT



HẤP DẪN



ĐẦY NĂNG LƯỢNG,
BẠO DẠN



TẬP TRUNG VÀO
MỘT YẾU TỐ / CHỨC NĂNG



TRÔNG KHÔNG HẤP DẪN



NHẸ NHÀNG, ĐIỀM TĨNH



BAO GỒM NHIỀU MẢNG,
YẾU TỐ, CHỨC NĂNG



THÚ VỊ



MANG TÍNH KHOA HỌC CAO



ĐẢM BẢO AN TOÀN



NHÂM CHÁN



MANG TÍNH
NGHỆ THUẬT CAO



MIỄN PHÍ, MỞ