Il **CANVAS DEL VALORE** è uno strumento che unisce psicologia e strategia per aiutarti a riflettere su chi sei, comprendere chi sono i tuoi clienti, e costruire messaggi che ispirino fiducia e motivazione, a partire da una attenta analisi delle emozioni in gioco.

IL CANVAS DEL VALORE

Struttura del Canvas

1. Chi Sei

Definizione del Posizionamento e Identità

Descrivi la tua mission personale

Quali valori rappresentano il cuore del tuo lavoro?

Qual è il tuo stile unico?

Domande per la riflessione

Cosa vogliono dire i tuoi clienti dopo aver lavorato con te?

Quali sono i tuoi punti di forza distintivi?

Convinzioni

Quali convinzioni personali guidano il tuo lavoro?

Es.: "Credo che ogni persona abbia risorse interiori da scoprire e valorizzare."

Emozioni Chiave

Quali emozioni vuoi suscitare nei tuoi clienti?

Es.: speranza, fiducia, determinazione.

Zone di Comfort e Sfide

Cosa ti fa sentire sicuro nel tuo lavoro?

Quali sono le tue paure (e come affrontarle)?

2. A Chi Ti Rivolgi

Definizione del Target

Chi sono i tuoi clienti ideali? (es. leader aziendali, insegnanti, famiglie, adolescenti)
Quali sono i loro bisogni emotivi e pratici più pressanti?
Cosa davvero li sta bloccando nel raggiungimento dei loro obiettivi?
Quali "desideri" li spingono a cercare supporto?

Empatia Profonda

Immagina il tuo cliente ideale:
Cosa prova quando si rivolge a te?
Quali emozioni lo bloccano?
Cosa lo motiva davvero (es. desiderio di cambiamento, paura di fallire)?

Archetipo del Cliente

Identifica l'archetipo del cliente ideale:

Esploratore (cerca crescita e autonomia)
Costruttore (vuole risultati concreti e rapidi)
Sognatore (cerca ispirazione e un nuovo senso di sé)

3. Cosa Offri

I Tuoi Servizi e Prodotti

Elenca i tuoi servizi e il loro impatto (coaching individuale, formazione, workshop, team coaching)
Per ogni servizio, specifica il beneficio principale che il cliente ottiene (non solo "cosa fai" ma "cosa risolve")

Il Valore che porti

Quali bisogni emotivi soddisfi? (es. maggiore autostima, chiarezza, gestione dello stress)
Quali barriere abbatti?

4. Come Comunichi

Messaggi Chiave

Crea uno slogan o messaggio che parli direttamente al tuo cliente ideale

Es.: "Sblocca il tuo potenziale: trova equilibrio e risultati con il coaching strategico"

Canali

Dove si trovano i tuoi clienti ideali? (LinkedIn, Instagram, eventi locali, ecc.)

Qual è il tono più adatto a loro? (professionale, empatico, motivante)

5. Testimonianze e Prove

Cosa Dice Chi Ti Ha Sperimentato

Raccogli testimonianze reali che evidenziano i risultati raggiunti dai tuoi clienti

Utilizza dati e storie di successo per creare fiducia

6. Call to Action (CTA)

Disegna CTA personalizzate e chiare come ad es.

“Prenota una consulenza gratuita di 20 minuti”

“Partecipa al prossimo workshop”

“Scopri il percorso su misura per te”

Analizza come le parole che usi attivano risposte emotive nei tuoi clienti

Usa domande aperte per stimolare riflessione: “Ti senti bloccato nella tua crescita personale?”

Fa leva su immagini mentali: “Immagina una giornata in cui sai gestire le sfide con calma e sicurezza”

A voi il mio più sincero Augurio di Serenità e di Buone Emozioni

Clara Galetto