

Perché?

“Perché hai scelto di fare quello che fai?” Qual è l’aspirazione più elevata, il tuo scopo ultimo che non coincide con obiettivi di vendita o con qualsiasi tipo di risultato misurabile economicamente.

Visione

Come vuoi che sia il mondo tra 20 o 30 anni? Come lo immagini trasformato grazie al contributo del tuo impegno? (naturalmente escludendo l’imponderabile e cause forza maggiore)

Problema

Elenca 3 problemi che ti appassionano e che vuoi risolvere. Quale/i opportunità hai identificato?



Attività chiave

Quali attività devi svolgere per creare il valore promesso ai clienti?



Proposta di valore

*Come la tua soluzione migliora la vita delle persone?
Come risolvi i problemi dei clienti?
In che modo crei valore che soddisfa esigenze, motivazioni, aspettative dei clienti?
Si breve evitando l’uso di aggettivi e avverbi.*



Vantaggio competitivo

Il tuo vantaggio competitivo è qualcosa che non può essere copiato o acquistato facilmente da altri. Qualcosa che hai solo tu, ed averlo uguale/migliore è svantaggioso per i concorrenti. (una skill o un insieme di skill, risorse economiche, strutture o infrastrutture, know-how specifico, brevetti, mentalità, visione, ...)



Clienti

Per chi stai creando valore? A chi ti rivolgi? Chi sono le persone che hanno il problema che vuoi risolvere?



La tua soluzione

Scegli il problema che ti appassiona di più, la cui soluzione ritieni più urgente. Qual è la tua soluzione? Descrivila senza aggettivi o avverbi. Perché la tua soluzione è importante per le persone alle quali ti rivolgi?

Risorse chiave

Quali beni o risorse ti occorrono per offrire e distribuire la tua soluzione? Quali beni o risorse ti occorrono per produrre il valore promesso?



Partner/fornitori strategici

Ci sono dei partner o fornitori senza i quali la tua soluzione non esisterebbe? Quali risorse ottieni da loro e quali attività svolgono?

Soluzioni alternative, concorrenti

Qualcuno ha già provato a risolvere questo problema? Conosci pregi e difetti di soluzioni alternative?

Canali

Elenca i canali attraverso i quali vuoi incontrare i clienti. Come li raggiungi o come vuoi essere raggiunto? Come ti fai conoscere e riconoscere? Come ti promuovi?



Relazioni con i clienti

Quali strumenti e strategie adotti per stabilire e mantenere relazioni con i clienti e con ciascun segmento di clientela. Come pensi di fidelizzare i clienti o di creare una comunità?

Segmenti di consumatori

Puoi fare un elenco e suddividerli in gruppi specifici o in segmenti di clientela? Ci sono clienti o utenti più importanti? Conosci queste persone e sai dove vivono?

Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del tuo modello di business? Quali sono le risorse più costose? Quali sono le attività più costose? Quali sono i costi fissi? Quali sono i costi variabili? Hai un’idea del break-even point?



Fonti di reddito

Quali flussi diretti e indiretti derivano dal valore offerto con successo ai clienti? Per cosa pagano attualmente? Come ti pagano?

