

Przedsiębiorczość zdyscyplinowana: od startupu do sukcesu w 24 krokach

Aleksy Schubert

Na podstawie książki Billa Auleta

Dwie strony przedsięwzięcia

- Odbiorca
- Twórca

Jak wyobrazić sobie odbiorcę?

- Kim jest odbiorca?
- Co można zrobić dla odbiorcy?
- Jak odbiorca zdobędzie utwór?

Jak określić działanie po stronie twórcy?

- Jak utwór może zapewnić trwanie przedsięwzięciu?
- Jak można zbudować utwór?
- Jak skalować przedsięwzięcie?

Odbiorca: kim jest?

- Jak wyglądają grupy potencjalnych odbiorców? (Krok 1.)
- Jak zdobyć przyczółek wśród odbiorców? (Kroki 2.–5.)
- Jak skonfrontować utwór z potencjalnymi odbiorcami? (Krok 9.)

Odbiorca: kim jest, jak zdobyć przyczółek wśród odbiorców?

- Jak wybrać przyczółek wśród odbiorców? (Krok 2.)
- Jak stworzyć profil użytkownika końcowego? (Krok 3.)
- Jaka jest wielkość przyczółka wśród odbiorców? (Krok 4.)
- Jaki jest użytkownik modelowy na przyczółku odbiorców? (Krok 5.)

Odbiorca: co można dla niego zrobić?

- Jak skonkretyzować utwór? (Kroki 6.–8.)
- Jak określić swoją podstawową kompetencję? (Krok 10.)
- Jak wygląda pozycja konkurencyjna? (Krok 11.)

Odbiorca: jak skonkretyzować utwór?

- Jak wygląda pełny cykl życia utworu? (Krok 6.)
- Jak wygląda specyfikacja utworu? (Krok 7.)
- Jak wygląda liczbowo wartość utworu dla odbiorcy? (Krok 8.)

Odbiorca: jak dotrzeć do utworu?

- Jak wygląda podejmowanie decyzji przez odbiorcę? (Krok 12.)
- Jak wygląda mapa procesu pozyskiwania odbiorcy? (Krok 13.)
- Jak wygląda mapa procesu sprzedaży? (Krok 18.)

Twórca: jak utrzymać się z utworu?

- Jak wygląda model biznesowy? (Krok 15.)
- Jak wyglądają założenia polityki cenowej? (Krok 16.)
- Jak wygląda wartość odbiorcy w cyklu życia? (Krok 17.)
- Jaki jest koszt pozyskania odbiorcy? (Krok 19.)

Twórca: jak zbuduje utwór?

- Jak precyzyjnie wyglądają założenia dotyczące utworu? (Krok 20.)
- Jak sprawdzić założenia? (Krok 21.)
- Jak wygląda minimalnie satysfakcjonujący utwór? (Krok 22.)
- Jaki wykazać, że odbiorca pozyska utwór za wskazaną cenę? (Krok 23.)

Twórca: jak skalować działalność?

- Jak obliczyć rozmiar dostępnej populacji odbiorców? (Krok 14.)
- Jak opracować plan produktu? (Krok 24.)