

PROBLÈME

Lister les 1-3 problèmes principaux

2

SOLUTION

Résumer une solution possible pour chaque problème

4

PROPOSITION UNIQUE DE VALEUR

Un message unique, clair, séduisant, qui suscite l'intérêt

3

AVANTAGE DÉLOYAL

Quelque chose qui ne peut pas être facilement copié ou acheté

9

SEGMENTS CLIENTS

Lister les clients et utilisateurs cibles

1

ALTERNATIVES EXISTANTES

Lister comment ces problèmes sont résolus actuellement

INDICATEURS CLÉS

Lister indicateurs clés de la réussite

8

CONCEPT DE HAUT NIVEAU

Analogie X pour Y
(ex : YouTube = Flickr pour les vidéos)

CANAUX DE DISTRIBUTION

Lister les chemins vers les clients

5

UTILISATEURS PRÉCURSEURS

Lister les caractéristiques des clients idéaux

STRUCTURE DE COÛTS

Lister coûts fixes et coûts variables

7

FLUX DE REVENUS

Lister les sources de revenus

6

PROBLÈME

Lister les 1-3 problèmes principaux

SOLUTION

Résumer une solution possible pour chaque problème

PROPOSITION UNIQUE DE VALEUR

Un message unique, clair, séduisant, qui suscite l'intérêt

AVANTAGE DÉLOYAL

Quelque chose qui ne peut pas être facilement copié ou acheté

SEGMENTS CLIENTS

Lister les clients et utilisateurs cibles

ALTERNATIVES EXISTANTES

Lister comment ces problèmes sont résolus actuellement

INDICATEURS CLÉS

Lister indicateurs clés de la réussite

CONCEPT DE HAUT NIVEAU

Analogie X pour Y
(ex : YouTube = Flickr pour les vidéos)

CANAUX DE DISTRIBUTION

Lister les chemins vers les clients

UTILISATEURS PRÉCURSEURS

Lister les caractéristiques des clients idéaux

STRUCTURE DE COÛTS

Lister coûts fixes et coûts variables

FLUX DE REVENUS

Lister les sources de revenus