

PROBLEM

Notieren Sie die 3 drängendsten Probleme Ihrer Kunden.

2**SOLUTION**

Skizzieren Sie für jedes Problem eine mögliche Lösung.

4**UNIQUE VALUE PROPOSITION**

Kurze, einzigartige und überzeugende Botschaft, mit der Sie aus einem unwissenden Besucher einen Interessenten machen.

3**UNFAIR ADVANTAGE**

Etwas, das nicht so einfach kopiert oder gekauft werden kann.

9**CUSTOMER SEGMENTS**

Führen Sie Ihre Zielgruppen auf.

1**EXISTIERENDE ALTERNATIVEN:**

Notieren Sie die bestehenden Lösungen für diese Probleme.

KEY METRICS

Führen Sie die wichtigsten Kennzahlen auf, die Auskunft über die aktuelle Performance Ihres Unternehmens geben.

8**HIGH-LEVEL-KONZEPT:**

Ihre X-für-Y-Analogie (z. B. YouTube = Flickr für Videos)

CHANNELS

Geben Sie an, wie Sie Ihre Kunden erreichen wollen.

5**EARLY ADOPTER:**

Beschreiben Sie Ihren idealen Kunden.

COST STRUCTURE

Führen Sie Ihre fixen und variablen Kosten auf.

7**REVENUE STREAMS**

Geben Sie Ihre Umsatzquellen an.

6