

VALUE PROPOSITION CANVAS

Far combaciare quello che offri con quello che serve

Si compila da destra a sinistra: prima il profilo del cliente, solo dopo la mappa del valore. Se lo fai al contrario descrivi il prodotto che hai in mente e poi cerchi qualcuno a cui somigli. Il foglio funziona quando ogni voce a sinistra risponde a una voce precisa a destra: se un riduttore non riduce nessuna frustrazione scritta, è una funzione che nessuno ti ha chiesto.

MAPPA DEL VALORE: quello che offri

PRODOTTI E SERVIZI

L'elenco di cosa vendi davvero. Non le funzioni: le cose per cui il cliente paga.

RIDUTTORI DI FRUSTRAZIONE

Come togli di mezzo, una per una, le fatiche scritte nella colonna delle frustrazioni.

GENERATORI DI VANTAGGI

Come produci i risultati scritti nella colonna dei vantaggi attesi.

PROVA

Per ogni riga qui sopra: quale dato, caso o dimostrazione la rende credibile a un estraneo?

PROFILO DEL CLIENTE: quello che gli serve

ATTIVITÀ DEL CLIENTE

Cosa sta cercando di fare: il compito pratico, il ruolo sociale, il bisogno emotivo.

FRUSTRAZIONI

Cosa va storto oggi: perdite di tempo, rischi, costi, cose che lo fanno sembrare incapace.

VANTAGGI ATTESI

Cosa considererebbe un successo, incluso quello che non chiede ma apprezzerrebbe.

PRIORITÀ

Segna con un asterisco le due frustrazioni e i due vantaggi che contano davvero. Il resto è contorno.