

КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ

BUSINESS MODEL MAP

ver. 1.2

КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ (BUSINESS MODEL MAP)

РЕШЕНИЕ / ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ <i>Какое решение вы предлагаете? Как будет проходить обезболивание? Как вы будете решать задачу Как будут создаваться преимущества?</i>		ПРОБЛЕМА / БОЛЬ / ЗАДАЧА (JTBD) <i>Какие нерешенные проблемы и боли есть у клиента? Что клиента не удовлетворяет в альтернативных решениях?</i>			
ПРОДУКТ/ СЕРВИС <i>Что видит пользователь/клиент (Mobile APP, Platform, Web Service, Фнкционал) Артефакты</i>	ВОРОНКА/ЦЦД <i>Цепочка целевых действий пользователя/клиента Маркетинговая воронка и пользовательская воронка AARRR Что делают пользователи Воронка продаж</i>	ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ <i>За счет чего будет создаваться ценность. Крючки (мотиваторы) для клиента</i>	КАНАЛЫ <i>Откуда берутся клиенты? Какие каналы наиболее эффективны? Емкость каналов?</i>	КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ <i>Характеристики клиентов, Портреты, Архетипы Для B2C – о чем он думает, из чего состоит его день? Для B2B – Как он принимает решение? Кто ЛПР? Сколько у него денег? Ранние последователи</i>	РЫНОК <i>Размер рынка (оценка сверху, оценка снизу) Конкуренты и альтернативные решение Тип рынка Размер возможности TAM, SAM, SOM Альтернативные решения</i>
СТРУКТУРА РАСХОДОВ <i>Структура постоянных расходов – G&A – R&D – Маркетинг и продажи – др.</i>		UNIT-ЭКОНОМИКА $\#UserAcquisition \times (- CPA + ARPPU \times C1) = PROFIT$		СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ) <i>Как бизнес будет зарабатывать?</i>	

КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ (BUSINESS MODEL MAP)

РЕШЕНИЕ / ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ <i>Какое решение вы предлагаете? Как будет проходить обезболивание? Как вы будете решать задачу Как будут создаваться преимущества?</i>		ПРОБЛЕМА / БОЛЬ / ЗАДАЧА (JTBD) <i>Какие нерешенные проблемы и боли есть у клиента? Что клиента не удовлетворяет в альтернативных решениях?</i>			
ПРОДУКТ/ СЕРВИС <i>Что видит пользователь/клиент (Mobile APP, Platform, Web Service, Фнкционал) Артефакты</i>	ВОРОНКА/ЦЦД <i>Цепочка целевых действий пользователя/клиента Маркетинговая воронка и пользовательская воронка AARRR</i>	ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ <i>За счет чего будет создаваться ценность. Крючки (мотиваторы) для клиента</i>	КАНАЛЫ <i>Откуда берутся клиенты? Какие каналы наиболее эффективны? Емкость каналов?</i>	КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ <i>Характеристики клиентов, Портреты, Архетипы Для B2C – о чем он думает, из чего состоит его день? Для B2B – Как он принимает решение? Кто ЛПР? Сколько он платит? РЫНОК Ранние последователи</i>	РЫНОК <i>Размер рынка (оценка сверху, оценка снизу) Конкуренты и альтернативные решение Тип рынка Размер возможности TAM, SAM, SOM Альтернативные решения</i>
СТРУКТУРА РАСХОДОВ <i>Структура постоянных расходов – G&A – R&D – Маркетинг и продажи – др.</i>		UNIT-ЭКОНОМИКА $\#UserAcquisition \times (- CPA + ARPPU \times C1) = PROFIT$		СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ) <i>Как бизнес будет зарабатывать?</i>	

ПРОДУКТ

РЫНОК

КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ



– РЫНОЧНЫЕ ГИПОТЕЗЫ



– ПРОДУКТОВЫЕ ГИПОТЕЗЫ



– ГИПОТЕЗЫ UNIT-ЭКОНОМИКИ

РЕШЕНИЕ / ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ <i>Какое решение вы предлагаете?</i> <i>Как будет проходить обезболивание?</i> <i>Как вы будете решать задачу?</i> <i>Как будут создаваться преимущества?</i>		ПРОБЛЕМА / БОЛЬ / ЗАДАЧА (JTBD) <i>Какие нерешенные проблемы и боли есть у клиента?</i> <i>Что клиента не удовлетворяет в альтернативных решениях?</i>			
ПРОДУКТ/ СЕРВИС <i>Что видит пользователь/клиент (Mobile APP, Platform, Web Service, Фнкционал)</i> <i>Артефакты</i>	ВОРОНКА/ЦЦД <i>Цепочка целевых действий пользователя/клиента</i> <i>Маркетинговая воронка и пользовательская воронка</i> <i>AARRR</i> <i>Что делают пользователи</i> <i>Воронка продаж</i>	ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ <i>За счет чего будет создаваться ценность.</i> <i>Крючки (мотиваторы) для клиента</i>	КАНАЛЫ <i>Откуда берутся клиенты?</i> <i>Какие каналы наиболее эффективны?</i> <i>Емкость каналов?</i>	КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ <i>Характеристики клиентов, Портреты, Архетипы</i> <i>Для B2C – о чем он думает, из чего состоит его день?</i> <i>Для B2B – Как он принимает решение? Кто ЛПР?</i> <i>Сколько у него денег?</i> <i>Ранние последователи</i>	РЫНОК <i>Размер рынка (оценка сверху, оценка снизу)</i> <i>Конкуренты и альтернативные решение</i> <i>Тип рынка</i> <i>Размер возможности</i> <i>TAM, SAM, SOM</i> <i>Альтернативные решения</i>
СТРУКТУРА РАСХОДОВ <i>Структура постоянных расходов</i> – G&A – R&D – Маркетинг и продажи – др.		UNIT-ЭКОНОМИКА $\#UserAcquisition \times (-CPA + ARPPU \times C1) = PROFIT$		СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ) <i>Как бизнес будет зарабатывать?</i>	

КАРТА БИЗНЕС-МОДЕЛИ

1 – РЫНОЧНЫЕ ГИПОТЕЗЫ

1 – ПРОДУКТОВЫЕ ГИПОТЕЗЫ

1 – ГИПОТЕЗЫ UNIT-ЭКОНОМИКИ

