

1 Problém

Jaké jsou tři nejpalčivější problémy vašich zákazníků?

- 1) Chaotické evidence přes email
- 2) Aktivita nejsou archivovány
- 3) Nemožnost přihlašování včetně úrovně přihlášení

Existující alternativy

Jak zákazníci aktuálně řeší své problémy?

- Využití emailu a lidské síly
- Administrace současného webu

4 Řešení

Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy zákazníků?

- Fungující jako úložiště
- Škálovatelný, archivovaný
- Administratovatelný

8 Indikátory

Co pro vás znamená úspěch a jak jej budete měřit?
Jaká další čísla jsou pro vás teď důležitá (akvizice, aktivace, loajalita, tržby, doporučení)?

- Zisk minimálně 33%
- Převzetí projektu zadavatelem (zaplacení nákladů)
- Optimálně: další spolupráce

3 Jedinečná hodnota nabídky

Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní než ostatní?
Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?

- Nízká administrativa
- Efektivní
- Škálovatelný
- Bezpečný
- Verzovatelný

Srozumitelný opis

Jak jednoduše popíšete vaše řešení pomocí těch již existujících?

5 Neférová výhoda

Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč by jste to měli dělat zrovna vy?

- Zkušený tým
- Dynamický kolektiv
- Časová flexibilita týmu

9 Cesty k zákazníkům

Jak se dostanete ke svým zákazníkům?

- Zakázka již existuje, neřešíme

2 Zákazníci

Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?

- Čtenáři
- Autoři
- Redaktoři
- Recenzenti
- Administrátoři

První vlaštovky

S kým můžete začít nejdříve?

7 Struktura nákladů

Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?

- Vývoj na míru
- Nákup programovacích knihoven, ikon, grafiky
- Pořízení testovacího serveru

6 Cenový model

Jak naceníte své řešení problému?

Krabicové řešení - jednorázová platba
(náklady + 33% marže)

PRODUKT

TRH