1 – Negocios

Este campo deve conter o nome ou breve descrição da empresa, organização, marca ou produto analisado.

2 – Usuários

Preencha este campo com todos os tipos de usuários poteciais ou existentes da empresa/produto analisado.

3 – Problemas

Preencha o campo com todos os problemas hipotéticos ou existentes que os usuários possam querer resolver com os recursos ou serviços fornecidos pela empresa analisada.

4 – Motivações

Esse campo deve ser preenchido com todos os impulsos emocionais possíveis que possam motivas os usuários a entrar em contato com o negócio analisado.

5 – Medos

Preencha este campo com todas as ansiedades possíveis que os usuários possam setir ao entrar em contato, ou usar o negócio analisado.

6 – Soluções

Descreva as formas existentes e hipotéticas pelos quais a empresa analisada pode resolver os problemas dos usuários especificados no campo 3.

7 – Alternativas

Esse campo deve ser preenchido com todas as alternativas possíveis que os usuários possam escolher, em vez do negocio analisado.

8 – Vantagens competitivas

Este campo deve conter quaisquer recursos e características que diferenciem o negócio analisado de seus concorrentes.

9 – Proposta única de valor

Tendo completado todos os campos, deve ser fácil escrever uma única frase descrevendo a promessa da empresa para seus usuários. É um resumo da filosofia futura dos negócios em termos de solução dos problemas dos usuários, e de criação de experiência positiva para o usuáro.