1. **Wstęp**: jaki jest kontekst nowego przedsięwzięcia; co spowodowało, że podjęto pracę nad nowym produktem; jaka jest wizja; jakie są cele stawiane wobec projektu.
2. **Grupy docelowe odbiorców**: do kogo kierujemy nasze produkty – jakich segmentów klientów; czym wyróżnia się dana grupa, jakie ma zwyczaje zakupowe i potencjał.
3. **Proponowane produkty:**jaką wartość chcemy dostarczyć klientowi; jakie korzyści on uzyska poprzez zakup naszych produktów/usług; na jaką potrzebę odpowiada nasze rozwiązanie; do jakiej grupy docelowej kierujemy poszczególne produkty, jaką przewagą konkurencyjną dysponujemy.
4. **Kanały dystrybucji:**w jaki sposób chcemy docierać z naszą ofertą do klientów; które z nich mają być kluczowe, a które uzupełniające; w jaki sposób kanały dystrybucji odpowiadają zwyczajom zakupowym klientów.(media społecznościowe, portale itd.)
5. **Strategia marketingowa:**w jaki sposób zamierzamy budować i utrzymywać relacje z przyszłymi klientami; jakie interakcje z klientem będą dokonywane w procesie sprzedaży i obsługi, jakie będą formy komunikacji i promocji.( Facebook, portale itd.)
6. **Zasoby:** jakie są kluczowe zasoby niezbędne do rozwoju produktu i sprzedaży, czy mają one być zapewnione w ramach firmy, czy zakupywane na rynku. – jak to ma się w odniesieniu do platform, serwisów, aplikacji?
7. **Partnerzy biznesowi:** kim są główni dostawcy lub podwykonawcy, jaka będzie ich rola i znaczenie w projekcie.
8. **Analiza finansowa – źródła przychodów i kosztów:**jaki będzie sposób płatności i model rozliczeń; ile będzie wynosiła szacunkowa cena naszych produktów; poziom marży; na ile szacujemy przychody w pierwszym kwartale lub roku – a ile w kolejnych, jakie są podstawowe grupy kosztowe i jak będą się one zmieniać, jakich zysków się spodziewamy.

– w jaki sposób zarabiać na produkcie końcowym?