

SPIS TREŚCI

Przedmowa

13

Podziękowania

17

Wprowadzenie

19

24 kroki, sześć motywów przewodnich

29

KROK 0.

Początek 33

KROK 1.

Segmentacja rynku 41

KROK 2.

Wybór przyczółka rynkowego 63

KROK 3.

Tworzenie profilu użytkownika końcowego 71

KROK 4.

Obliczanie rozmiarów całkowitego dostępnego rynku (TAM)
w ramach przyczółka rynkowego 81

KROK 5.

Zdefiniuj użytkownika modelowego na przyczółku rynkowym 93

KROK 6.

Analiza zastosowania produktu w pełnym cyklu życia 107

KROK 7.

Ogólna specyfikacja produktu 117

KROK 8.

Liczbowe ujęcie propozycji wartości 131

KROK 9.

Wskaż dziesięciu następnych klientów 141

KROK 10.

Zdefiniuj swoją podstawową kompetencję 151

KROK 11.

Opracuj wykres pozycji konkurencyjnej 163

KROK 12.

Opisz jednostkę decyzyjną klienta 173

KROK 13.

Mapa procesu pozyskiwania płacącego klienta 183

KROK 14.

Obliczanie rozmiarów całkowitego dostępnego rynku (TAM) dla rynków rozwojowych 193

KROK 15.

Opracuj model biznesowy 199

KROK 16.

Ustal założenia polityki cenowej 213

KROK 17.

Oblicz wartość klienta w cyklu życia (LTV) 223

KROK 18.

Mapa procesu sprzedaży prowadzącego do pozyskania klienta 239

KROK 19.

Oblicz koszt pozyskania klienta (COCA) 249

KROK 20.

Zdefiniuj podstawowe założenia 267

KROK 21.

Sprawdź swoje podstawowe założenia 273

KROK 22.

Zdefiniuj minimalnie satysfakcjonujący produkt biznesowy (MVBP) 285

KROK 23.

Wykaż, że „pies zechce jeść karmę dla psów” 295

KROK 24.

Opracuj plan produktu 305

POSŁOWIE

Biznes to coś więcej niż 24 kroki 313

Słowniczek

315

O autorze

317