

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 przyczołka 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**