

گام ۰: شروع کنید

سه راه برای شروع کسب و کار جدید

گام ۱: تقسیم بندی بازار

تعریف تقسیم بندی بازار

گام ۲: انتخاب بازار خط مقدم ساحلی

گام ۳: ساخت پروفایل کاربر نهایی

ویژگی های بالقوه ای که باید در پروفایل کاربر نهایی تان مدنظر قرار دهید

گام ۴: محاسبه اندازه کل بازار در دسترس برای بازار خط مقدم ساحلی

گام ۵: ترسیم پروفایل کاربر نما برای بازار خط مقدم ساحلی

ادامه گام ۵: ترسیم پروفایل کاربر نما

برای بازار خط مقدم ساحلی

گام ۶: مورد کاربری چرخه حیات کامل

گام ۷: تعیین مشخصات سطح بالای محصول

گام ۸: تعیین کمیت ارزش پیشنهادی

گام ۹: ده مشتری بعدی خود را شناسایی کنید

گام ۱۰: شایستگی محوریتان را مشخص کنید

گام ۱۱: موقعیت رقابتی تان را ترسیم کنید

گام ۱۲: تعیین واحد تصمیم گیری مشتری

گام ۱۳: فرآیند جذب مشتری دست به جیب را ترسیم کنید

گام ۱۴: محاسبه اندازه کل بازار در دسترس برای بازارهای پس آیند

گام ۱۵: طراحی مدل کسب و کار

چهار عامل کلیدی که کارآفرینان همواره در طراحی مدل کسب و کار در نظر می گیرند

گام ۱۶: تعیین چهارچوب قیمت گذاری

گام ۱۷: ارزش مادام العمر مشتری جذب شده را محاسبه کنید

گام ۱۸: فرآیند فروش را برای جذب مشتری ترسیم کنید

پرسش های کلیدی در فرآیند فروش

گام ۱۹ : محاسبه هزینه جذب مشتری

روش درست محاسبه هزینه جذب مشتری: دیدگاه بالا به پایین

روشهای کاهش هزینه های جذب مشتری

گام ۲۰: فرضیات کلیدی را شناسایی کنید

گام ۲۱: فرضیات کلیدی را بیازمایید

گام ۲۲: حداقل محصول تجاری قابل پذیرش را تعریف کنید

سه شرط حداقل محصول تجاری قابل پذیرش

گام ۲۳: عرضه محصول برای فروش

گام ۲۴: برنامه محصول را توسعه دهید