

שאלות מאתגרות לפיצוח



פלחי לקוחות

האם יש סיטואציה מכוננת, צרכים לא מסופקים, מאפיינים ייחודיים שבגללם יש פלח שוק "שמחכה" לפתרון טוב יותר משמעותית?

אם הקהל הזה הוא בשרני מספיק כדי לקיים את המודל העסקי לפי הגדרות הארגון?

ערוצים

האם הערוץ רלוונטי למסע הלקוח?

האם יש מערכת אמון כבר קיימת בינו לבין הלקוח? (רכישה, שימוש, ביקורים חוזרים)

עד כמה אנחנו תלויים בערוץ אחד?

זרמי הכנסה

- מה ההכנסות המקסימליות הריאליות אם כל המודל נכון?

- האם יש מספר זרמי הכנסות פר לקוח שיוכלו להגדיל את ההכנסה הממוצעת?

מערכות יחסים

באילו תחנות במסע הלקוח אנחנו לוכדים אותו כדי להיות אפקטיביים (הצעת ערך שפוגשת תזמון)? – שליפה מדויקת/השלכת רשת

האם יש אלמנט דביקות שנועל את הלקוח אלינו?

הצעות ערך

במה הצעת הערך שלנו שונה מהתחרות/החלופה כיום? (תמיד יש אחת) – האם זה מספיק כדי להניע תנועה לכיווננו? האם זה מייצר שינוי הרגלים?

האם הצעת הערך שלנו לוקחת אחריות במקום שהתחרות נכשלת, או מספקת מענה מעטפת? האם ניתן להשיג אותה רק אצלנו?

פעילויות מפתח

אילו פעילויות דורשות התמחות עם עקומת למידה ארוכה? (ומחירה בהתאם)

שותפי מפתח

האם איזה ערך ברור שותף המפתח מביא (הזרמת ביקוש/לקיחת פעילויות ליבה/מיקור חוץ של משאב)?

משאבי מפתח

כמה אחוז מהמשאבים הוא נכסים שלנו וכמה נצטרך לבנות מחדש?

עלויות

אילו עלויות **אינן** בתחום המודל התפעולי המוכר שלנו ויכולות להשתנות משמעותית מההערכות? (בגלל חוסר ניסיון שלנו)

באיזה אופטימום הכנסות המודל רווחי (תלוי ווליום או פר עסקה)

שווה לארגון
כדאיות

