

<p>Problem</p> <p>Lista idealkundens 3 främsta problem</p>	<p>Lösning</p> <p>Skissa på möjliga lösningar för idealkundens problem</p>	<p>Unikt värdeerbjudande</p> <p>Ett tydligt, övertygande budskap som motiverar varför din lösning är annorlunda och värd att köpas</p>	<p>Din konkurrensfördel</p> <p>Något som inte så enkelt kan köpas eller kopieras</p>	<p>Kundsegment</p> <p>Lista dina idealkunder (de som köper) och vilka som använder din lösning</p>
<p>Kundens alternativ</p> <p>Hur idealkunden löser dessa problem idag?</p>	<p>Viktiga nyckeltal</p> <p>Lista mätvärden som du vill använda för att styra ditt företag</p>		<p>Kanaler</p> <p>Lista dina vägar till idealkunden</p>	<p>”Early adopters”</p> <p>Vilka egenskaper har dina idealkunder som du vill ska köpa först?</p>
<p>Kostnadsstruktur</p> <p>Lista dina huvudsakliga fasta och rörliga kostnader</p>		<p>Intäkter</p> <p>Lista dina intäktskällor</p>		