

SPIIS 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