

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