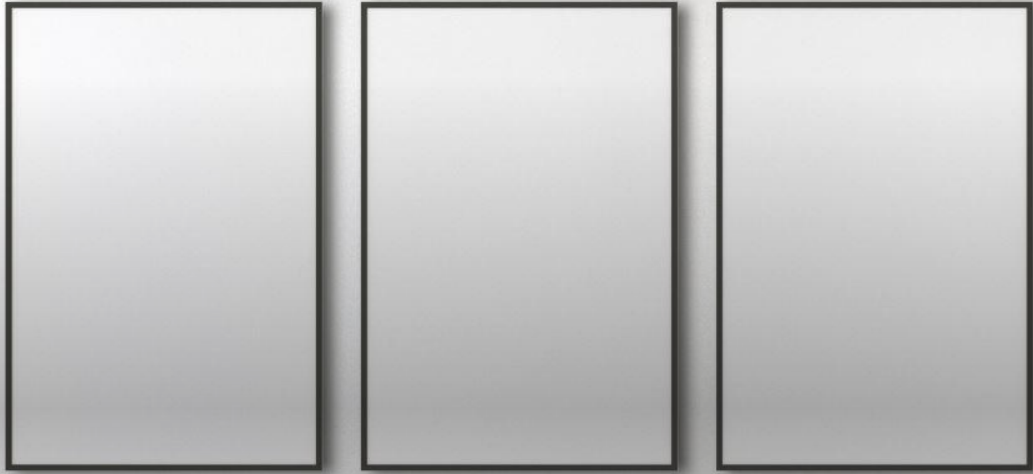


Value preposition Canvas



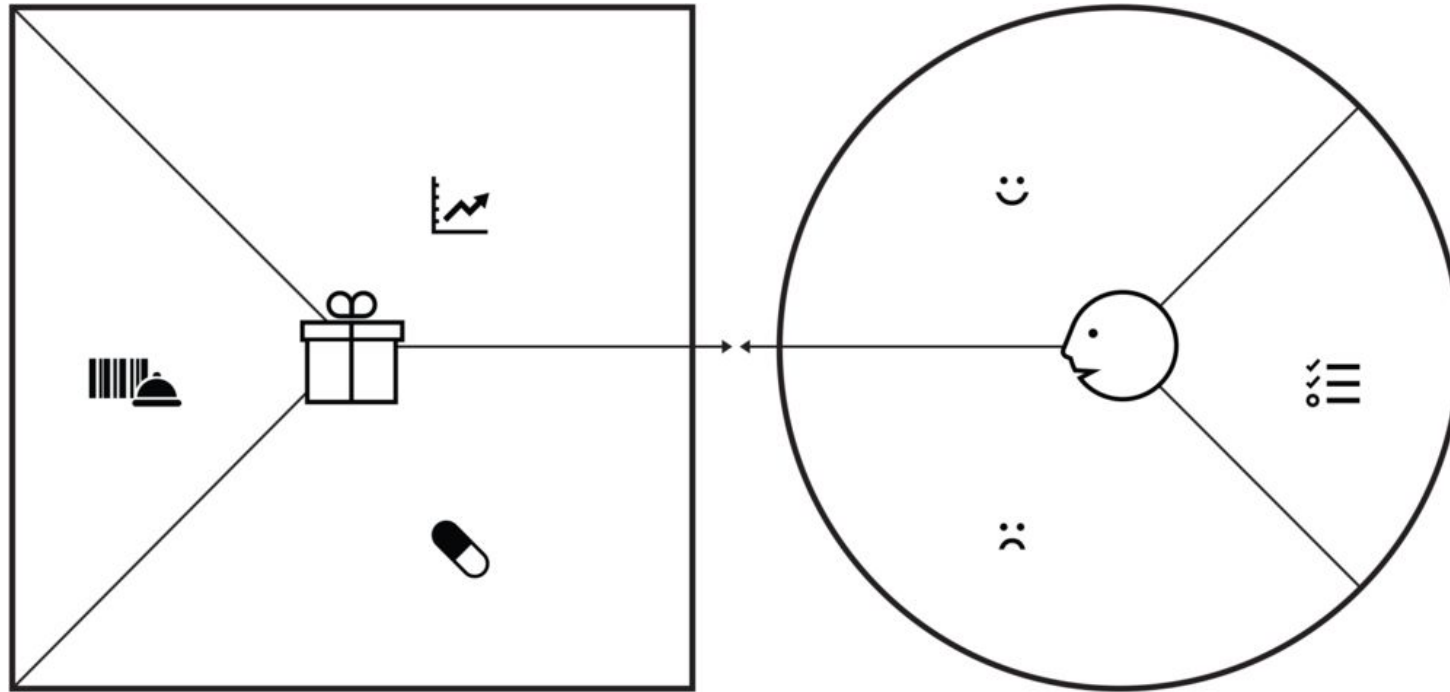
Value Proposition Canvas:

Memungkinkan Anda untuk lebih mudah menggambarkan hipotesis yang mendasari

“Value Proposition” dan ***“Customer Need”***,

yang akan membantu Anda untuk wawancara, sehingga mendapatkan panduan untuk ujicoba atau melakukan analisa

Value Proposition Canvas



The Value Map

The Customer Profile Map

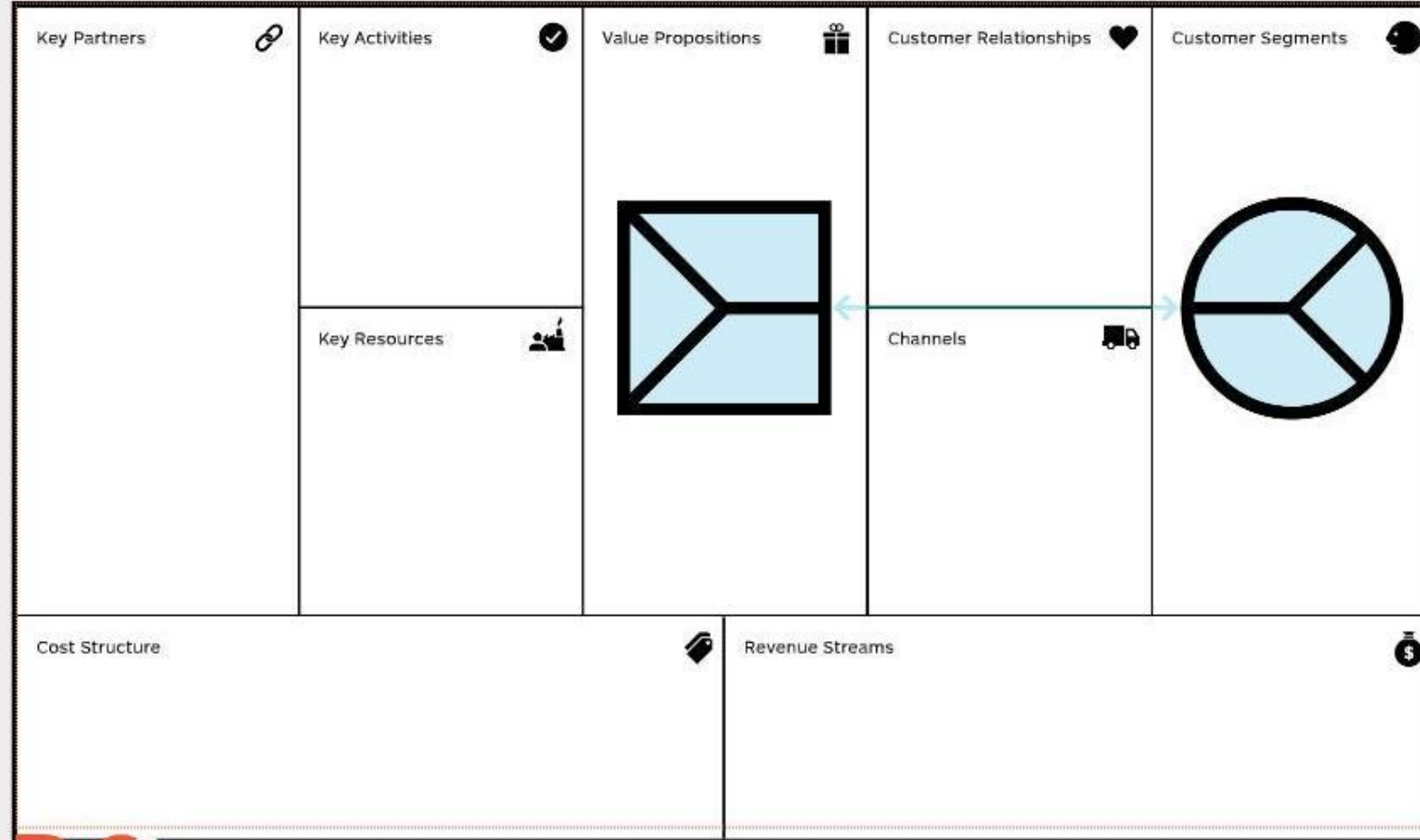
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This model is licensed under Creative Commons BY-NC-SA. All rights reserved. For more information, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.
This model is licensed under Creative Commons BY-NC-SA. All rights reserved. For more information, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

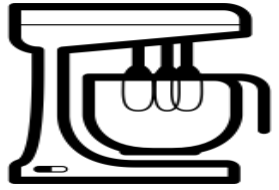
strategyzer
strategyzer.com



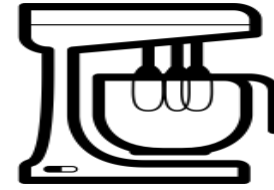
Tujuan dari *Value Proposition Canvas* adalah

- Untuk membantu Anda dalam merancang Value Proposition yang sempurna dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam menyelesaikan setiap pekerjaan mereka.
- Hal tersebut juga akan dapat membantu pelanggan menemukan solusi dari setiap masalah mereka.
- Inilah hal yang dapat membantu Anda bekerja dengan cara yang lebih sistematis.

Yang Harus di Hindari pada Profile Pelanggan



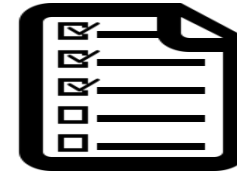
Mencampur beberapa segmen pelanggan menjadi satu profil



Mencampur pekerjaan dan hasil



Fokus pada pekerjaan fungsional saja dan melupakan pekerjaan sosial dan emosional



Cantumkan pekerjaan, penderitaan, dan keuntungan dengan kelebihan kita dalam suatu pemiikiran. Terlalu samar dalam deskripsi rasa sakit dan keuntungan



Mengidentifikasi terlalu sedikit pekerjaan, penderitaan dan keuntungan



Apa yang harus dilakukan?

- Buat Value proposition canvas untuk setiap segmen pelanggan yang berbeda
- Pekerjaan adalah tugas yang ingin dilakukan pelanggan, dipecahkan, atau dipuaskan, sedangkan keuntungannya adalah hal konkret yang ingin dicapai pelanggan, atau untuk menghindari interupsi menghilangkan emosi negatif (pains).
- Terkadang, pekerjaan sosial atau emosional bahkan lebih penting daripada keuntungan sebenarnya (pekerjaan fungsional)
- Lanjutkan prosesnya dengan melupakan apa yang sebenarnya akan Anda tawarkan.
- Profil pelanggan yang baik harus penuh dengan catatan, karena kebanyakan pelanggan memiliki banyak emosi negatif (Pains) dan mengharapkan banyak keuntungan (gains)
- Buat pernyataan nyata dan konkret tentang emosi negatif (pains) dan keuntungan (gains).

BMC
(Dua Pertemuan)

