

Zelf aan de slag met de Waarde Propositie Canvas Tool

1. Pas het klantprofiel en de value map aan naar jouw product of dienst.
2. Een vinkje geeft aan dat het product in de behoefte voldoet. Een kruisje geeft aan dat dit nog niet het geval is.
3. Kopieer en plak extra kaartjes als je er te weinig hebt.
4. Deselecteer de afbeeldingsgroep
5. Klik met de rechtermuis op de groep en kies voor “Opslaan als afbeelding...”.

Uitleg Waarde Propositie Canvas

Klantprofiel

Het klantprofiel beschrijft de belangrijkste kenmerken van het klantsegment. In het klantprofiel wordt onderscheid gemaakt in klanttaken, -pijnpunten en –voordelen.

Klanttaken

Klanttaken (customer jobs) beschrijven wat de klanten, in het gekozen segment, in hun werk of privéleven willen realiseren. Het kunnen taken zijn, maar ook problemen die men probeert op te lossen en behoeften waarin men probeert te voorzien.

Klantpijnpunten

Tijdens het uitvoeren van de klanttaken treden (vaak) ergernissen op. Deze ergernissen vinden zowel voor, tijdens en na het uitvoeren van de klanttaken plaats. Ze worden beschreven in de klantpijnpunten.

Klantvoordelen

Klanten willen daarnaast vaak voordelen ontvangen die het uitvoeren van de taak eenvoudiger maakt. Klantvoordelen zijn vaak gewenst, maar in sommige gevallen zelfs door de klant vereist.

Value Map

In de Value Map beschrijf je gestructureerd alle kenmerken van de waardepropositie voor een specifiek klantsegment. De waardepropositie wordt opgedeeld in producten en diensten, pijnverzachters en voordeelverschaffers.

Producten en diensten

Dit is een verzameling van alle producten en diensten die de basis vormen voor je waardepropositie. Alles in deze lijst helpt je klanten bij het uitvoeren van de taken, zoals omschreven in het klantprofiel. In de lijst kunnen ook ondersteunende producten en diensten worden geplaatst. Deze helpen de klanten in hun rol als kopers (bijv. een vergelijking van offertes).

Pijnverzachters

De wijze waarop de producten en diensten de klantpijnpunten verzachten worden gekenmerkt als pijnverzachters. Pijnverzachters beschrijven de oplossingen voor problemen die klanten ondervinden en dingen die klanten dwarszitten voor, tijdens of na het uitvoeren van de taak.

Voordeelverschaffers

De voordelen die jouw producten en diensten voor klanten creëren worden voordeelverschaffers genoemd. Omschrijf de voordelen die klanten van de organisatie verwachten en wensen, maar breng ook in kaart op welke wijze je klant kunt verrassen.

WAARDE PROPOSITIE CANVAS

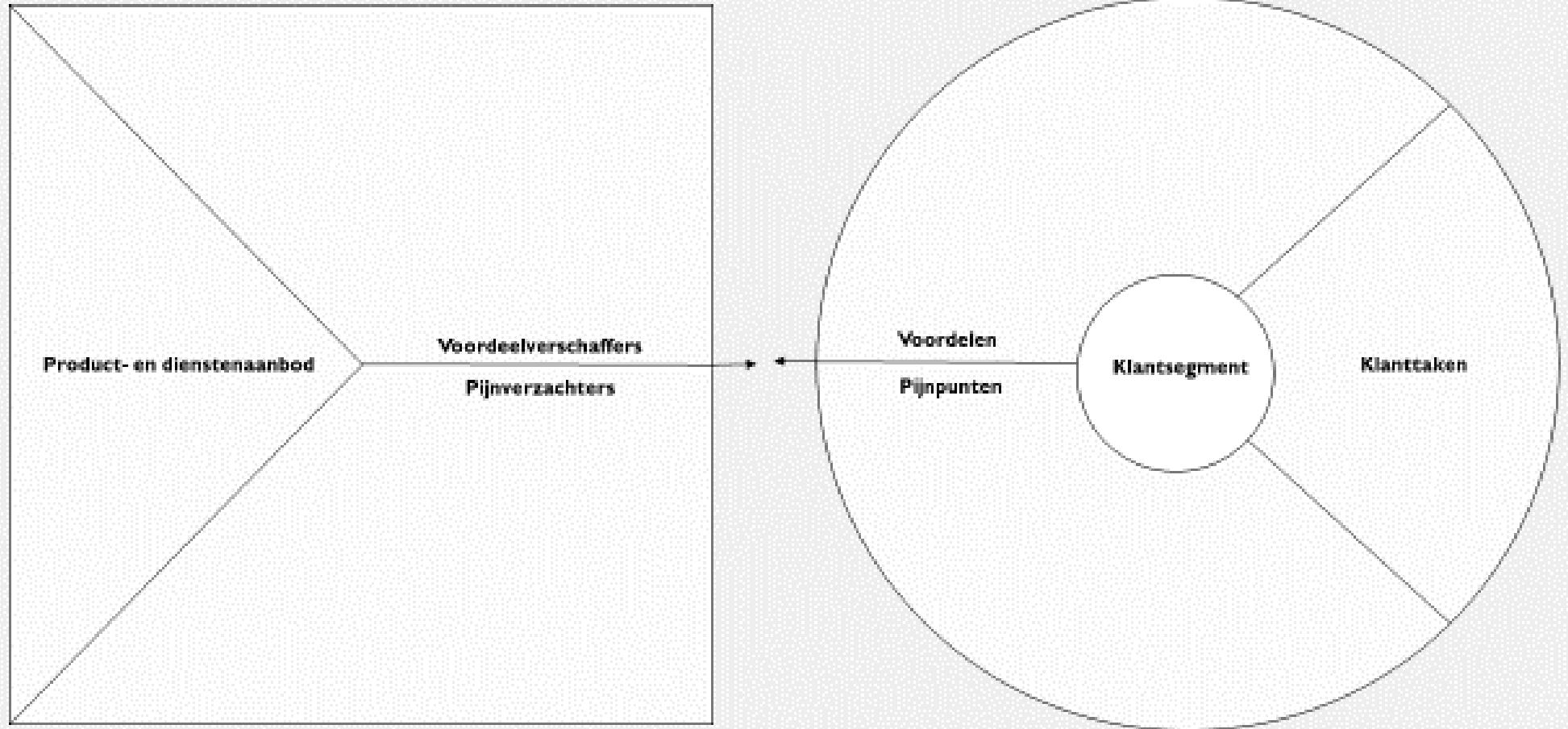
Verwerken van Kenningsaanbod

Makers:

Voer:

Datum:

Versie:



Waarde Propositie Canvas Tool

