

جدول مشتریان

نیاز	کار / مساله	مشتری

چگونه استفاده کنیم؟

۱. در ستون مشتری (با استفاده از توفان ذهنی) هر کسی را که به چشم‌انداز، محصول یا سرویس شما علاقه‌مند است و یا از آن سود می‌برد را فهرست کنید. هر کسی که به ذهنتان رسید. خودتان را محدود نکنید.

۲. در ستون دوم، کار یا مساله‌ای را که هر مشتری احتمالی لیست شده در ستون اول ممکن است داشته باشد را فهرست کنید. دقت کنید نه هر کار یا مساله‌ای، فقط آن‌هایی که ممکن است بتوانید برایشان کاری کنید.

۳. پس از پر کردن ستون دوم، در ستون نیاز آنچه که مشتری از شما می‌خواهد تا آن کار انجام شود و یا آن مساله حل شود را فهرست کنید.

سپس

ستون‌های دو و سه نگاه کنید و تلاش کنید نقاط مشترک میان این‌ها را شناسایی کنید.

برای ستون دو، کارهایی که باید انجام شود یا مسایلی که باید حل شود را گروه‌بندی کنید، این گروه‌ها بخش‌های مشتریان شما در مدل کسب و کار می‌شوند.

گروه بندی ستون سه، یعنی نیازهای مشترک، تبدیل به ارزش‌های پیشنهادی مدل کسب و کار می‌شود.

شناسایی مشتری از همکار

برای شناسایی مشتری از همکار، یک پرسش ساده وجود دارد: چه کسی دارد به چه کسی کمک می‌کند؟

اگر به کس دیگری کمک می‌کنید تا کارش انجام شود و یا مساله‌اش حل شود، او مشتری شماست.

اگر کس دیگری دارد برای انجام کاری به شما کمک می‌کند، او همکار تجاری شماست و نه مشتری. گرچه گاهی ممکن است که فردی هم هر دو باشد که در این صورت شما با پلتفرم چند وجهی مواجه هستید.