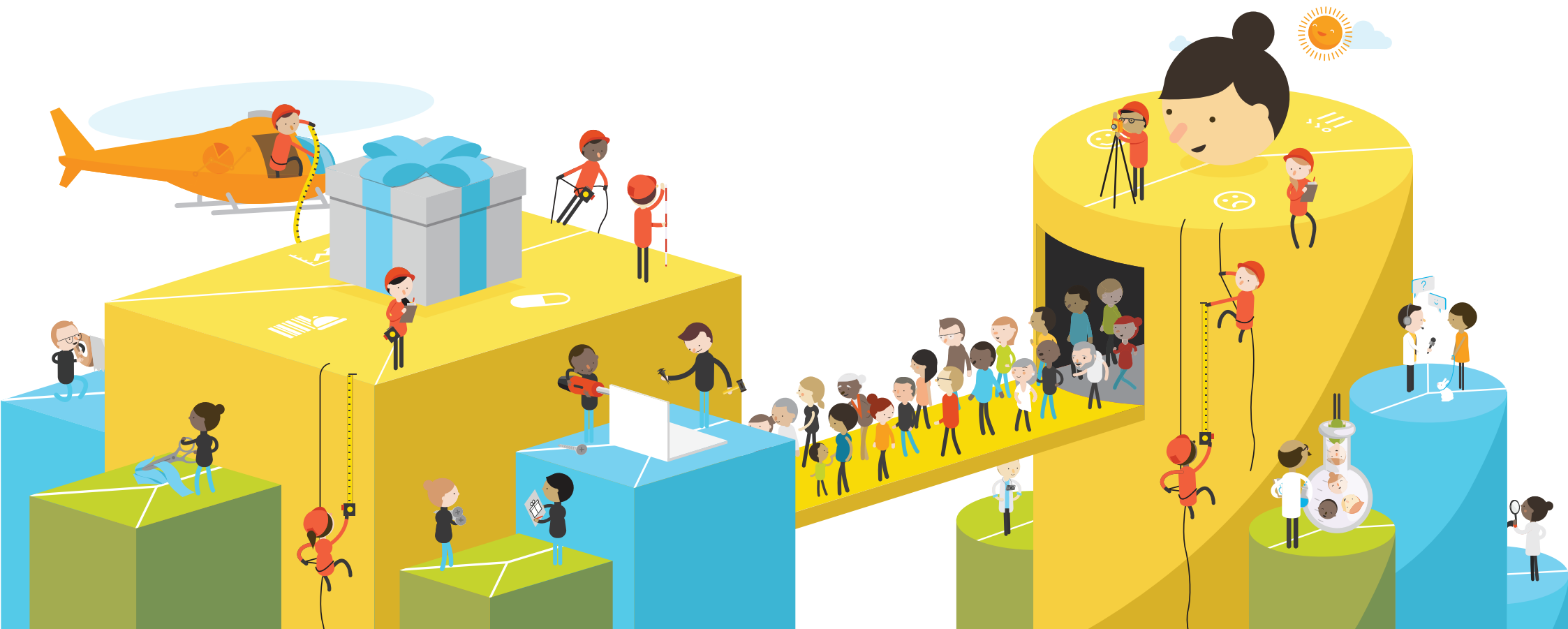


Przekonaj swoich współpracowników do opracowywania propozycji wartości

Użyj slajdów tworzących tę prezentację, aby przekonać członków swojego zespołu, współpracowników i kadrę zarządzającą do korzyści płynących ze stosowania narzędzi i procesów opisanych w książce *Tworzenie najlepszych ofert*



Jak należy dostosowywać zestaw slajdów do własnych potrzeb?

Niniejsza seria slajdów przedstawia 10 typowych problemów organizacyjnych, które można rozwiązywać za pomocą metod i narzędzi opisanych w książce *Tworzenie najlepszych ofert*.

Posłuż się tymi slajdami podczas kolejnej prezentacji dla członków zespołu, współpracowników i przedstawicieli kierownictwa, aby zwrócić ich uwagę na sposób, w jaki niniejsza książka może pomóc Twojej organizacji w projektowaniu i testowaniu propozycji wartości i modeli biznesowych.



1

Zdefiniuj problem, który próbowacie rozwiązać



2

Wybierz slajdy zawierające odpowiednie argumenty



3

Usuń inne slajdy



4

Przekonaj członków zespołu, współpracowników i szefostwo

Robimy tyle szumu wokół propozycji wartości i modeli biznesowych, a jednak nie doprowadza to do żadnych konkretnych ustaleń.



Robimy tyle szumu wokół propozycji wartości i modeli biznesowych, a jednak nie doprowadza to do żadnych konkretnych ustaleń.

Książka Tworzenie najlepszych ofert zawiera zestaw narzędzi i procesów umożliwiających systematyczne projektowanie i testowanie propozycji wartości oraz osiągnięcie zamierzonych efektów.



Nie wszyscy członkowie naszego zespołu właściwie rozumieją, czym tak naprawdę jest dobra propozycja wartości.

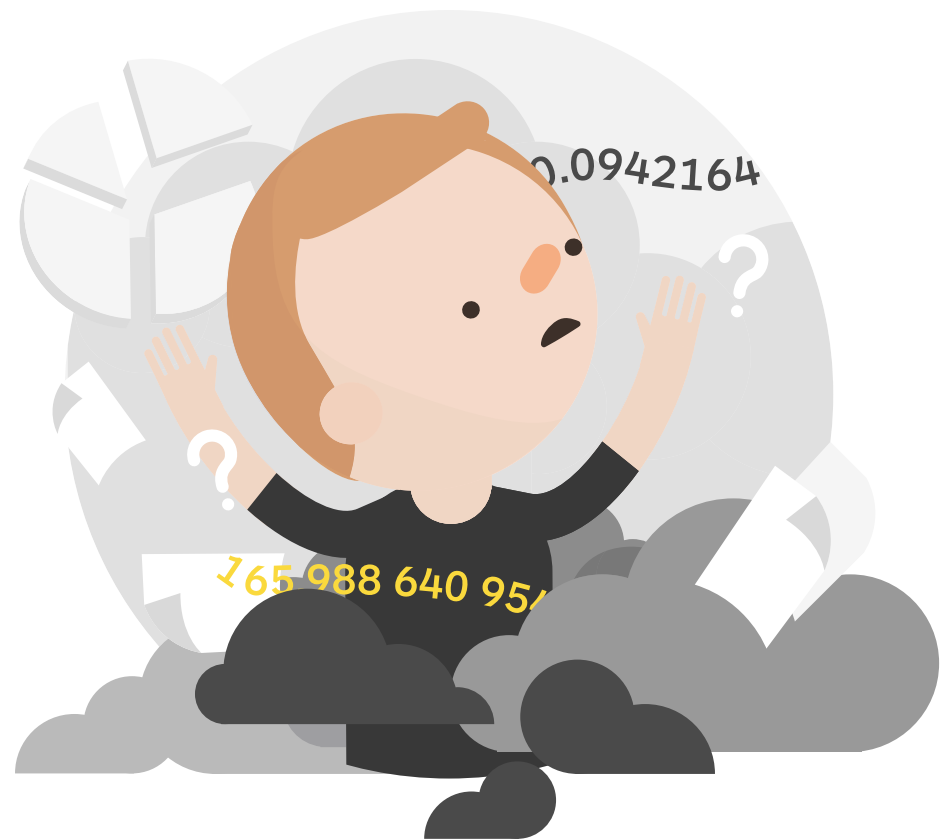


Nie wszyscy członkowie naszego zespołu właściwie rozumieją, czym tak naprawdę jest dobra propozycja wartości.

Szablon Propozycji Wartości to narzędzie, za sprawą którego pojawia się prosty, wspólny język umożliwiający omawianie propozycji wartości ponad podziałami organizacyjnymi.



Koncentrujemy się na produktach
i funkcjach zamiast tworzyć
wartość dla klientów.



Koncentrujemy się na produktach
i funkcjach zamiast tworzyć
wartość dla klientów.

*Szablon Propozycji Wartości
to narzędzie, które zmusza nas
do szczegółowego określania
sposobu, w jaki produkty i
usługi naszej firmy tworzą
wartość dla klientów.*



Tworzymy prezentacje
odnoszące się do propozycji
wartości i modeli biznesowych
nie określając jednoznacznie,
w jaki sposób chcemy tworzyć
wartość dla klientów i naszej
organizacji.



Tworzymy prezentacje
odnoszące się do propozycji
wartości i modeli biznesowych
nie określając jednoznacznie,
w jaki sposób chcemy tworzyć
wartość dla klientów i naszej
organizacji.

*Szablon Propozycji Wartości
to narzędzie, które
jednoznacznie wskazuje, w jaki
sposób nasze produkty i usługi
tworzą wartość dla klientów.*



W procesie rozwoju produktu
posługujemy się metodologią,
która nie jest skoncentrowana
na potrzebach klienta.

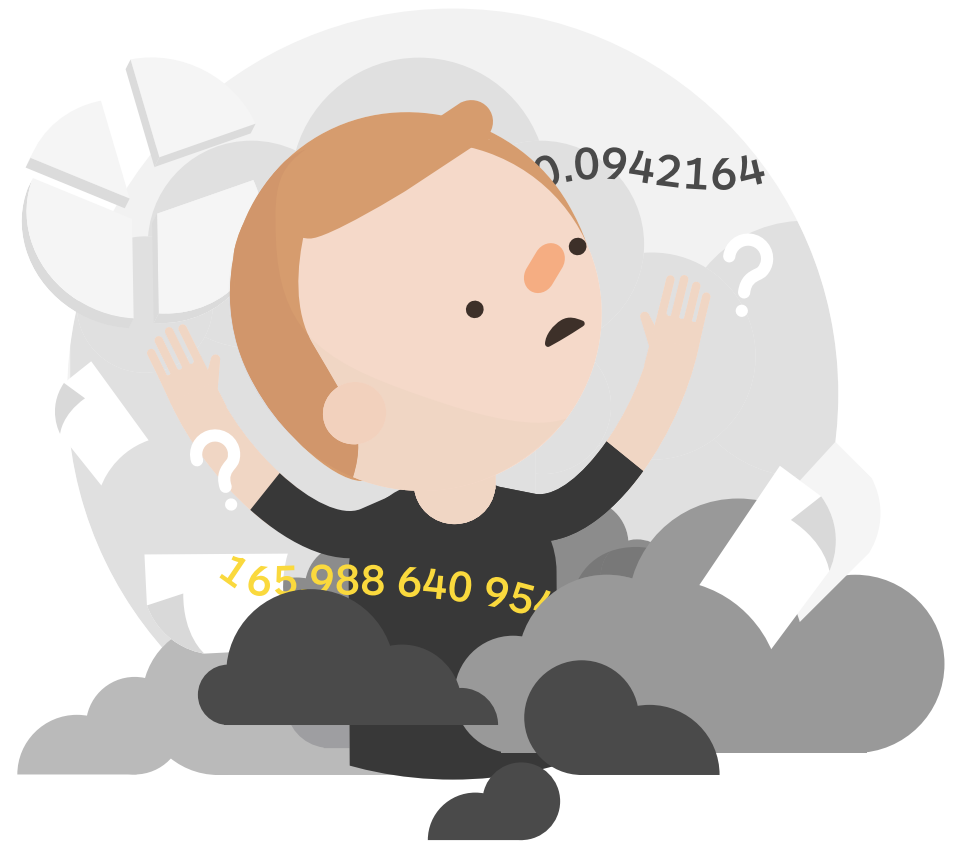


W procesie rozwoju produktu
posługujemy się metodologią,
która nie jest skoncentrowana
na potrzebach klienta.

*Książka Tworzenie najlepszych ofert
koncentruje się na tworzeniu
wartości dla klienta i umożliwia
rygorystyczne testowanie
konkretnych koncepcji z klientami
przed ich wdrożeniem.*



Nie dysponujemy metodologią
śledzenia własnych postępów
w trakcie prac nad nowymi
propozycjami wartości
i modelami biznesowymi.



Nie dysponujemy metodologią
śledzenia własnych postępów
w trakcie prac nad nowymi
propozycjami wartości
i modelami biznesowymi.

*W książce
Tworzenie najlepszych ofert
opisana została sprawdzona
metodologia projektowania,
testowania i prowadzenia
pomiarów stopnia zaawansowania
propozycji wartości i modeli
biznesowych oraz zarządzania nimi
i ich doskonalenia.*



Inwestujemy mnóstwo pieniędzy
w badania i rozwój (R&D),
a na opracowywanie dobrych
propozycji wartości i modeli
biznesowych nie przeznaczamy
zupełnie nic.

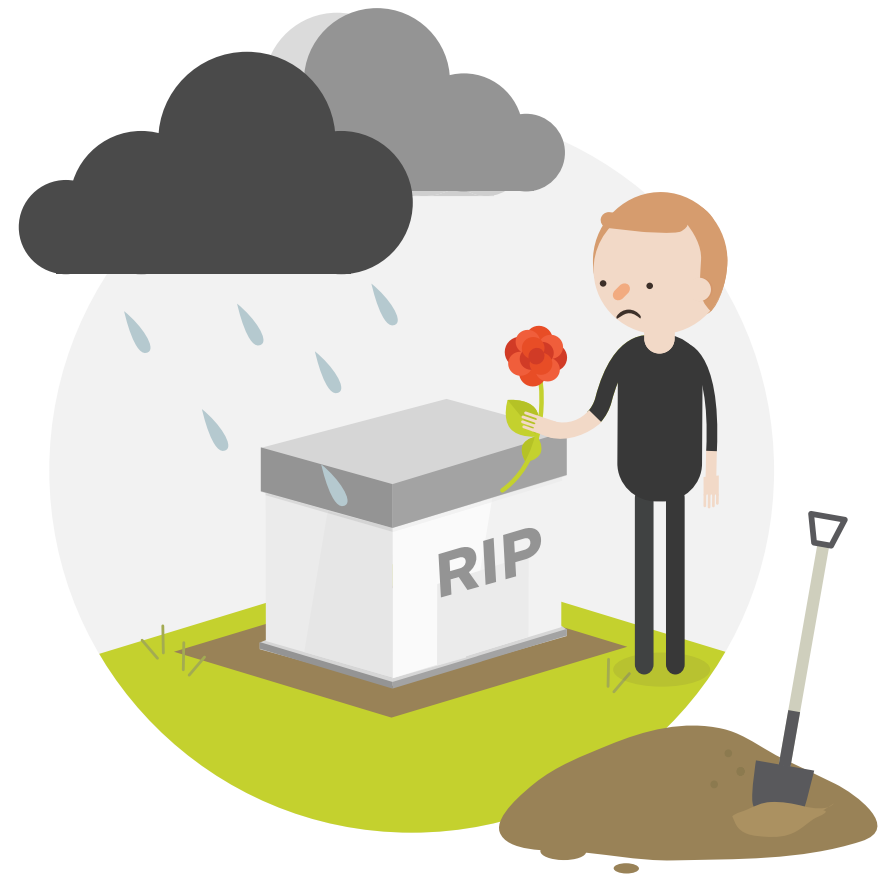


Inwestujemy mnóstwo pieniędzy
w badania i rozwój (R&D),
a na opracowywanie dobrych
propozycji wartości i modeli
biznesowych nie przeznaczamy
zupełnie nic.

*Dzięki książce Tworzenie
najlepszych ofert możemy
wykorzystywać technologię i R&D
produktów, którymi
dysponujemy, do przekształcania
konceptji w atrakcyjne
propozycje wartości i modele
biznesowe.*



Bardzo często — mimo tego,
że mamy dobre pomysły i intencje
— tworzymy coś, czego nikt
nie chce.



Bardzo często — mimo tego,
że mamy dobre pomysły i intencje
— tworzymy coś, czego nikt
nie chce.

*Możliwość opracowywania
propozycji wartości eliminuje
ryzyko związane z pracami
nad produktami i usługami,
na których klientom nie zależy.*



Marnujemy mnóstwo zasobów,
bo nie testujemy pomysłów,
za to akceptujemy
niesprawdzone biznesplany
i pozornie dopracowane
arkusze kalkulacyjne,
które okazują się klapą.



Marnujemy mnóstwo zasobów,
bo nie testujemy pomysłów,
za to akceptujemy
niesprawdzone biznesplany
i pozornie dopracowane
arkusze kalkulacyjne,
które okazują się klapą.

*Opracowując propozycje wartości,
eliminujemy marnotrawstwo
zasobów, bo testujemy nasze
koncepty tanio, wtedy, gdy poziom
niepewności jest największy
— w trakcie wstępnych faz cyklu
życia projektów.*



Sfery rozwoju produktu,
sprzedaży i marketingu są
u nas w kontekście tworzenia
nowych propozycji wartości
wyjątkowo słabo powiązane.



Sfery rozwoju produktu,
sprzedaży i marketingu są
u nas w kontekście tworzenia
nowych propozycji wartości
wyjątkowo słabo powiązane.

*Szablon Propozycji Wartości
tworzy wspólny język umożliwiający
interesariuszom nawiązywanie
kontaktów niezależnie od granic
organizacyjnych.*



Jak tworzyć produkty i usługi, na których zależy klientom.
Punktem wyjścia powinno być zawsze...

WILEY

Tworzenie najlepszych ofert

Produkty i usługi,
na których zależy klientom

Alexander
Osterwalder
Yves Pigneur
Gregory Bernarda
Alan Smith

Projekt graficzny
Trish Papadakos

onepress
EXCLUSIVE



Książka
jest kolejną pozycją
z serii obejmującej
*Tworzenie modeli biznesowych,
Projektowanie propozycji
wartości i Testowanie
pomysłów biznesowych*
— międzynarodowe
bestsellery, przetłumaczone
na ponad 40 języków

strategyzer.com/vpd

Wskazówki dotyczące praw autorskich:

Możesz swobodnie umieszczać slajdy z tej serii w swoich prezentacjach, pamiętaj jednak żeby nie usuwać z żadnego z nich adresu URL *Strategyzer.com/vpd* i logo, które powinny być widoczne.

Wydruki i/lub udostępnianie slajdów wewnątrz organizacji jest dostępne bez ograniczeń.

Właścicielem praw autorskich do slajdów i obrazów jest Strategyzer A.G. i NIE mogą one być wykorzystywane w ramach innych produktów lub elementów oprogramowania.