

<p>PROBLEME 3 problèmes essentiels</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">2</p>	<p>SOLUTION 3 fonctionnalités essentielles</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">4</p>	<p>PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE Message simple, clair et persuasif expliquant en quoi votre produit est différent et mérite d'être acheté</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">3</p>	<p>AVANTAGE DELOYAL Ne peut être facilement copié ou acheté</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">9</p>	<p>SEGMENTS DE CLIENTELE Clients cibles</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">1</p>
<p>ALTERNATIVES EXISTANTES Solutions existantes aux problèmes</p>	<p>INDICATEURS CLES Activités clés que vous évaluez</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">8</p>	<p>CONCEPT HAUT-NIVEAU Analogie avec d'autres concepts (ex: Youtube = Flickr pour les vidéos)</p>	<p>CANAUX Chemin d'accès aux clients</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">5</p>	<p>ADOpteurs PRECOces Caractéristiques du client idéal</p>
<p>STRUCTURE DES COUTS Coûts fixes et variables (ex : acquisition clientèles, distribution, employés, infrastructure, etc.)</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">7</p>			<p>SOURCES DE REVENUS (Modèle de tarification (ex : 1 mois d'essai offert puis 30€/mois))</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em; color: red;">6</p>	