

## بوم کارآفرینی منظم (Disciplined Entrepreneurship Canvas)

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <p><b>۹: طراحی و ساخت</b><br/>چگونه محصول را تولید می‌کنید؟</p> <p>فرضیات کلیدی شناسایی:</p> <p>فرضیات کلیدی تست:</p> <p>MVBP:</p> <p>شاخص‌های ردگیری:</p>  | <p><b>۸: مسائل کلان اقتصادی</b><br/>آیا محصولتان درآمد دارد؟</p> <p>هزینه‌های تخمینی R&amp;D:</p> <p>هزینه‌های تخمینی G&amp;A:</p> <p>نسبت مطلوب LTV/COCA</p>       | <p><b>۵: بدست آوردن مشتری</b><br/>مشتری چگونه محصول شما را بدست خواهد آورد؟</p> <p>DMU:</p> <p>فرایند کسب مشتری:</p> <p>تریگرهای لازم:</p>   | <p><b>۴: مزیت رقابتی</b><br/>چرا شما؟</p> <p>Moats:</p> <p>Core:</p> <p>موقعیت رقابتی:</p>  | <p><b>۱: دلیل وجودی</b><br/>چرا در این کسب و کار وارد شده اید؟</p> <p>ماموریت:</p> <p>انگیزه:</p> <p>ارزشها:</p> <p>دارایی‌های اولیه:</p> <p>ایده اولیه:</p>           |
| <p><b>۱۰: مقیاس‌گذاری</b><br/>چگونه کسب و کارتتان را مقیاس‌گذاری می‌کنید؟</p> <p>طرح محصول برای بازار خط مقدم:</p> <p>بازار بعدی:</p> <p>طرح محصول فراسوی بازار خط مقدم:</p> <p>ادامه دادن TAM:</p> | <p><b>۷: فروشها</b><br/>چگونه محصولتان را می‌فروشید؟</p> <p>کانال فروش ترجیحی:</p> <p>قیف فروش:</p> <p>Mix کوتاه مدت:</p> <p>Mix میان مدت:</p> <p>Mix بلند مدت:</p> | <p><b>۶: واحدهای اقتصادی محصول</b><br/>می‌توانید پول در بیاورید؟</p> <p>مدل کسب و کاری:</p> <p>قیمت گذاری تقریبی:</p> <p>LTV و COCA کوتاه مدت:</p> <p>LTV و COCA میان مدت:</p> <p>LTV و COCA بلند مدت:</p> | <p><b>۳: ساخت ارزش</b><br/>چه کاری برای مشتری انجام می‌دهید؟</p> <p>مورد کاری (use case):</p> <p>توصیف محصول:</p> <p>مسئله ای که حل می‌شود؟</p> <p>ارزش پیشنهادی کمی:</p> | <p><b>۲: بازار اولیه</b><br/>مشتری شما کیست؟</p> <p>بازار خط مقدم:</p> <p>پروفایل کاربر نهایی:</p> <p>کل سهم از بازار یا TAM:</p> <p>پرسنا:</p> <p>اولین ده مشتری:</p> |