



Waarde bepalen

30 min

Met de 'Waarde bepalen'-tool ga je op zoek naar waarom jouw idee van waarde kan zijn voor de doelgroep. Het geeft inzicht in de behoefte van jouw doelgroep en de zwakke en sterke punten van jouw idee.

Waarvoor gebruik je deze tool?

Volgens de maker van het model (Osterwalder) vertelt dit model over 'de voordelen die klanten kunnen verwachten van een verzameling producten en diensten'. Met deze tool kun je de waardepropositie ontwikkelen, maar ook toetsen en verbeteren. Is er iets wat veranderd moet worden aan het idee om een pijnpunt van de doelgroep te verlichten? Of focus je misschien te veel op de versterkende ideeën?

Hoe past het in het verhaal?

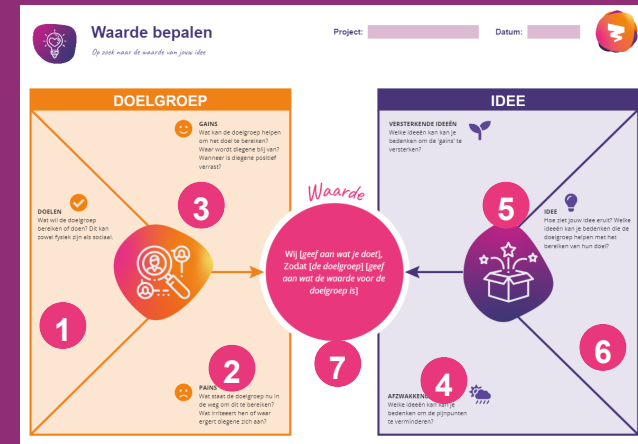
Een goed idee voegt waarde toe. In deze tool ga je onderzoeken of jouw idee inderdaad van waarde is voor de doelgroep. Ook hangt de tool samen met waardemodel waar later mee aan de slag gaat.

Tips:

- Probeer de verschillende kanten van het canvas met elkaar te matchen; zo matchen de *gains* met de versterkende ideeën, de *pains* met de verlichtende ideeën en natuurlijk het idee met de uitdaging.
- Deze tool kun je ook gebruiken om mee te innoveren in de toekomst. Stel daarbij de vraag: Stel dat er iets verandert in één onderdeel, hoe gaan wij ons idee dan aanpassen?



Aan de slag



STAP 1: Start met de uitdaging van de doelgroep. Wat is de kern van de uitdaging of het probleem dat opgelost moet worden?

STAP 2: Waar heeft je doelgroep last van? Wat weerhoudt haar om te doen wat ze wil doen of het probleem op te lossen?

STAP 3: Wat zou je doelgroep gelukkig maken? Welke resultaten verwacht ze en wat zou haar verwachtingen overtreffen?

STAP 4: Hoe kan jij je doelgroep helpen diens *pains* te verlichten?

STAP 5: Wat kun jij je doelgroep aanbieden om haar te helpen de *gains* te vervullen?

STAP 6: Welke ideeën kun je bedenken om de doelgroep te helpen.

STAP 7: Is er een match? Kun jij met jouw idee voldoen aan de voordelen die de doelgroep zoekt? Kun jij haar pains oplossen of verlichten én ervoor zorgen dat de doelgroep haar resultaten bereikt? Ja? Omschrijf nu in één zin de waarde die je creëert voor je doelgroep. Geen match? Denk na over hoe je toch een waarde kunt creëren.



Waarde bepalen

Op zoek naar de waarde van jouw idee.

Project:

Datum:



DOELGROEP



GAINS

Wat kan de doelgroep helpen om het doel te bereiken?
Waar wordt ze blij van?
Wanneer is ze positief verrast?



UITDAGING

Wat wil de doelgroep bereiken? Of waar wil de doelgroep mee geholpen worden?



PAINS

Wat staat de doelgroep nu in de weg om dit te bereiken?
Wat irriteert haar of waar ergert diegene zich aan?

Waarde

Ik [geef aan wat je doet],
Zodat [de doelgroep] [geef aan wat de waarde voor de doelgroep is]

IDEE

VERSTERKENDE IDEEËN

Welke ideeën kun je bedenken om de 'gains' te versterken?



IDEE

Hoe ziet jouw idee eruit? Welke ideeën kan je bedenken die de doelgroep helpen met het bereiken van haar doel?



VERLICHTENDE IDEEËN

Welke ideeën kun je bedenken om de pijnpunten te verminderen?

