Mind Map

Value Proposition Design

Anvi Nathaniela Bunarto - 2440040665
Universitas Bina Nusantara
anvi.bunarto@binus.ac.id

Content: (canvas, design, test, & evolve), Reference: Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda & Alan Smith (2014) Value Proposition Design, John Wiley & Sons, Inc.), Dosen Pembimbing: Agung Purnomo.

Customer Profile

- Menggambarkan segmen pelanggan tertentu dalam business model dengan cara yang lebih terstruktur dan terperinci.
- Ada 3 bagian: Customer Jobs, Customer Pains, dan Customer Gains.
- Tahapan: (1) Pilih segmen pelanggan, (2) Mengidentifikasi customer jobs, (3) Mengidentifikasi customer pains, (4) Mengidentifikasi customer gains, (5) Prioritaskan jobs, pains, dan gains dari yang paling penting.

Value Map

- Ada 3 bagian: Product and Services, Pain Relievers, dan Gain Creators.
- Fokus pada hal-hal yang akan membuat perbedaan dan value kepada pelanggan.
- Tahapan: (1) Membuat daftar products and services, (2) Outline Pain Relievers, (3) Outline Gain Creators, (4) Melakukan pemeringkatan berdasarkan urutan kepentingan.

CANVAS

Fit

- Mencapai kecocokan ketika pelanggan puas (get excited) dengan value proposition yang ada.
- Hal tersebut terjadi jika kita bisa menangani important jobs, meringankan extreme pains, dan menciptakan essential gains.
- Ada 3 jenis fit: (1) Problem-Solution Fit, (2) Product-Market Fit, (3) Business Model Fit.
- Multiple Fits: Ada 2 ilustrasi umum: Intermediary dan Platform Business Models.

DESIGN

```
graph TD; DESIGN((DESIGN)) --> Designing[Designing in Established Organizations]; DESIGN --> Prototyping[Prototyping Possibilities]; DESIGN --> Starting[Starting Points]; DESIGN --> Understanding[Understanding Customers]; DESIGN --> Finding[Finding the Right Business Model];
```

Designing in Established Organizations

- Organisasi yang ada perlu meningkatkan value propositions yang ada dan menciptakan yang baru secara proaktif.
- Menyusun workshop.

Prototyping Possibilities

- Prototyping: Praktek membangun cepat, murah, dan studi kasar model untuk belajar tentang keinginan, kelayakan, dan kelangsungan hidup dari alternatif value propositions dan business models.

Starting Points

- Dimulai dengan value propositions baru atau yang sudah ditingkatkan.
- Bisa dimulai dari pelanggan, value propositions yang sudah ada, business model, lingkungan, atau business models and value propositions dari industri dan sektor lain.

Understanding Customers

- Memahami perspektif pelanggan sangat penting untuk merancang proposisi nilai yang besar.
- Ada 6 teknik: (1) The Data Detective, mulai dengan informasi yang ada, (2) The Journalist, mewawancarai pelanggan, (3) The Anthropologist, menyelam masuk ke dalam dunia pelanggan, (4) The Impersonator, (5) The Cocreator, (6) The Scientist.

Making Choices

- Membuat keputusan berdasarkan evaluasi pelanggan, feedback, tahu konteks, tahu kompetitor.

Finding the Right Business Model

- Buat nilai untuk pelanggan dan bisnis kita.
- Untuk membuat nilai bagi bisnis, kita perlu menciptakan nilai untuk pelanggan.
- Untuk menciptakan nilai secara berkelanjutan bagi pelanggan, maka perlu menciptakan nilai untuk bisnis.

What to Test

- Testing the Circle: Buktikan jobs, pains, and gains mana yang paling penting bagi pelanggan dengan melakukan eksperimen yang menghasilkan bukti di luar riset pelanggan awal.
- Testing the Square: Uji apakah dan seberapa banyak pelanggan peduli tentang bagaimana perusahaan berniat untuk membantu mereka.
- Testing the Rectangle: Uji asumsi paling kritis yang mendasari business model dan value proposition yang tertanam di dalamnya.

Bringing It All Together

- The Testing Process: Gunakan semua alat yang ada untuk menjelaskan apa yang perlu diuji dan bagaimana akan melakukannya untuk mengubah ide menjadi kenyataan.
- Measure Your Progress: Ukur kemajuan menuju tujuan ini dengan melacak aktivitas yang telah dilakukan dan hasil yang telah dicapai. Memahami kemajuan bisa berdasarkan Steve Blank's Investment Readiness Thermometer.
- The Progress Board: Gunakan papan kemajuan untuk mengelola dan memantau test serta menilai seberapa banyak kemajuan yang dibuat untuk menuju kesuksesan.

Testing Step-by-Step

- Extract Hypotheses: Apa yang harus benar agar ide berhasil.
- Prioritize Hypotheses: Apa yang bisa membunuh bisnismu.
- Design Tests
- Prioritize Tests
- Run Tests
- Capture Learnings
- Make Progress

Experiment Library

- Setiap percobaan memiliki kekuatan dan kelemahan.
- Ada yang cepat dan murah tetapi menghasilkan bukti yang kurang dapat diandalkan. Ada yang menghasilkan bukti yang lebih andal tetapi membutuhkan lebih banyak waktu dan uang untuk dieksekusi.
- Use experiment to test.

Create Alignment

- Aktivitas untuk menyelaraskan pikiran antara orang-orang yang terlibat dalam suatu bisnis (para pemegang kepentingan/stakeholders) baik dari pihak dalam maupun luar perusahaan sehingga memiliki pemahaman dan tujuan yang sama. Contoh para stakeholders: employees, marketing, sales, (channel) partners dan shareholders.
- Alat-alat untuk menyampaikan pesan: advertising, slide decks, explainer videos, packaging, dan sales script.

Taobao: Reinventing (E-)Commerce

- Taobao adalah e-commerce dari China, bagian dari Alibaba Group.
- Mengantarkan gelombang baru perdagangan di China dengan menggunakan internet untuk membuat sistem komersial terpercaya tempat pertukaran bisa terjadi.
- Melakukan perubahan 3 kali secara proaktif merangkul perubahan yang terjadi pada platformnya dan dalam ekonomi Tiongkok yang lebih luas dan mengubahnya menjadi peluang.

Reinvent Yourself Constantly

- Perusahaan yang sukses menciptakan value propositions yang tertanam dalam business models yang berhasil.
- Bertanya kepada diri sendiri secara terus menerus seperti: Elemen apa yang berubah di lingkunganmu? Apakah business modelmu sudah kadaluarsa? Apakah value propositionmu masih menarik bagi pelanggan.

EVOLVE

Measure and Monitor

- Menggunakan value proposition dan business model canvas untuk membuat dan memantau indikator kinerja setelah value proposition yang ada beroperasi dalam pasar.
- Membuat indikator, mengukur secara terus menerus, dan memonitor setiap aktivitas.

Improve Relentlessly

- Menggunakan alat dan proses yang sama dari pengujian (testing) dan pemantauan (monitoring) untuk meningkatkan value proposition perusahaan di pasar.
- Test secara terus menerus skenario peningkatan dan mengukur dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.