

# Strategia pull: wybór zadania

Wyobraź sobie, że Twoimi klientami są kierownicy działów informatycznych, a Ty chcesz zrozumieć, które zadania są dla nich najbardziej istotne. Wykonaj to ćwiczenie, aby odpowiednio uszeregować ich zadania, lub zrób to, wykorzystując jeden z profili Twoich własnych klientów.

## CEL

Identyfikacja wysokowartościowych zadań, na których będzie można się skoncentrować

## EFEKT

Ranking zadań klienta z naszej perspektywy



### Skala ocen:

od • (niskiej) do ••••• (wysokiej)

- Czy niezrealizowanie zadania rodzi ekstremalne bóleczki?
- Czy niezrealizowanie zadania prowadzi do nieosiągnięcia zasadniczych korzyści?



- Czy zauważasz bóleczkę?
- Czy dostrzegasz korzyść?



- Czy istnieją niewyleczone bóleczki?
- Czy istnieją niezrealizowane cele?



- Czy zadanie, bóleczka lub korzyść dotyczy dużej liczby osób?
- Czy istnieje grupa osób skłonna do zapłacenia wysokiej ceny?



Koncentruj się na najbardziej wartościowych zadaniach i związanych z nimi bóleczkach i korzyściach.

Zadania	Istotne	Namacalne	Niezrealizowane	Lukratywne	Wysokowartościowe zadania
→					
→					
→					
→					
→					
→					
→					
→					

Autorzy: Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith

Projekt: Trish Papadakis

Copyright Strategyzer AG

Twórcy książki Tworzenie modeli biznesowych i Strategyzera

 **Strategyzer**

[www.strategyzer.com/vpd](http://www.strategyzer.com/vpd)