**Návod část 1**

Požadavky Lean Canvas díly 1-3

**Problém (1)**

Dalším krokem je popis problému. Nejedná se o problém vašeho businessu, ale o potřeby zákazníků, které budete naplňovat, tedy určitý reálný problém, který lidé mají a vy jim ho pomůžete vyřešit. V této kolonce tedy definujete určitou díru na trhu, kterou se váš business snaží zaplnit. Podkapitolou je zde ještě otázka, jaké jsou **existující alternativy** (1b) – jakým způsobem lidé daný problém doposud řešili nebo řeší.

**Zákazníci (2)**

Ideální je začít definováním vašich zákazníků, což je kolonka, která se nachází v pravém horním rohu „Úplně na začátek je třeba rozlišit rozdíl mezi zákazníky a uživateli – zákazník platí, uživatel používá“. „Měli byste si umět stanovit i takzvané **první vlaštovky (2b)**, což je zákaznická skupina, která se nebude bát vyzkoušet váš produkt jako první. Protože bariéra je v případě koupě úplně nového produktu na trhu poměrně velká a vy musíte vědět, na koho v začátcích primárně cílit.

**Řešení (3)**

V třetí části s názvem Řešení by se vám měly spojit předchozí dva body – zákaznické skupiny a jejich problémy. Měli byste zde vysvětlit, jaká řešení lidem přinášíte. Patří sem tedy popis vašeho produktu, jeho vlastnosti a hodnota, kterou přináší. Pro definici jedinečné hodnoty napište si **pětihvězdičkové hodnocení vašeho produktu** tak, jak by ho napsal maximálně spokojený zákazník (3b).

Shrnutí

Nejprve se tedy zamyslete nad tím, jaký problém řešíte (1) pro jakého zákazníka (2) a jak mu řešení tohoto problému budete prodávat (3). Přemýšlejte, zda už dnes mají zákazníci možnost problém nějak řešit (tzn. jestli existují alternativy k vašemu řešení). U popisu zákazníka se snažte být co nejkonkrétnější. Popis typu „retail“, „všichni naši zákazníci“ vám nijak nepomůže. Potřebujete vědět, čím je skupina, která pociťuje problém, charakteristická – mladý podnikatel v krajském městě má zcela jiné problémy než důchodce na malé vesnici. Jedinečná hodnota je pak slogan, který vás odliší od konkurence.