

# 价值主张框架

---

## 客户背景

组织: \_\_\_\_\_

行业: \_\_\_\_\_

主要业务挑战: \_\_\_\_\_

## 现状分析

### 绩效基准

维度	当前指标	业务影响
财务		
运营		
客户		
员工		

## 痛点

痛点1. \_\_\_\_\_

- 根本原因:
- 影响:
- 成本:

痛点2. \_\_\_\_\_

- 根本原因:
- 影响:
- 成本:

## 解决方案建议

### 敏捷教练干预

重点领域	方法	预期成果
.		

### 价值交付时间线

阶段	持续时间	关键交付物	预期影响
1			
2			
3			

## 预期收益

### 定量收益

收益	指标	预期改进	财务影响
.			

### 定性收益

#### 收益1. \_\_\_\_\_

- 证据:
- 长期影响:

#### 收益2. \_\_\_\_\_

- 证据:
- 长期影响:

# 投资与回报

## 所需投资

组成部分	成本	时间线
教练服务		
工具/资源		
其他成本		

## 预期回报

- 投资回报率: \_\_\_\_%
- 回收期: \_\_\_\_月
- 风险调整后收益: \$\_\_\_\_

# 风险管理

## 实施风险

风险	可能性	影响	缓解策略
.			

## 成功因素

1.
  - 测量方法:
  - 验证时间线:
2.
  - 测量方法:
  - 验证时间线:

## 电梯演讲模板

针对 [目标客户]

他们 [需求或机会陈述]

我们的 [产品/服务名称]

是一个 [产品/服务类别]

能够 [关键收益/引人注目的购买理由]

不同于 [主要竞争替代方案]

我们的解决方案 [主要差异化陈述]

# 实施路线图

## 第1阶段：基础（第1-4周）

- 目标：
- 关键活动：
- 交付物：
- 成功指标：

## 第2阶段：加速（第5-12周）

- 目标：
- 关键活动：
- 交付物：
- 成功指标：

## 第3阶段：可持续性（第13周+）

- 目标：
- 关键活动：
- 交付物：
- 成功指标：