|  |
| --- |
| **1. Wizja DIH-a** |
| *W tym punkcie należy dokonać opisu swojej koncepcji działalności, swojego obszaru specjalizacji i zdolności organizacyjnych, które chce się zbudować.* |
| **2. Segmenty klientów** |
| *W tym punkcie należy opisać profile klientów funkcjonujących w otoczeniu rynkowym, w którym chce działać DIH oraz zidentyfikować ich potrzeby.* |
| **3. Propozycja wartości dla klientów** |
| *W tym punkcie należy zaadresować potrzeby segmentów klientów poprzez przedstawienie katalogu docelowych usług DIH-a, oraz poprzez określenie sposobów tworzenia korzyści (gain creators) i rozwiązywania problemów (pain relievers).* |
| **4. Relacje z klientami** |
| *W tym punkcie należy opisać w jaki sposób DIH będzie pozyskiwał klientów, jakie działania podejmie, aby zachęcić do dalszego korzystania z usług DIH-a w dłuższej perspektywie czasu. Należy opisać narzędzia używane do przyciągania i lojalizacji klientów.* |
| **5. Kanały dystrybucji** |
| *W tym punkcie należy zdefiniować i opisać kanały, poprzez które DIH będzie kierował ofertę wartości dla zdefiniowanych segmentów klientów oraz kanały dystrybucji świadczonych przez niego usług.* |
| **6. Kluczowe zasoby** |
| **6a. Zasoby organizacyjne** |
| *W tym punkcie należy opisze podmioty stanowiące członków DIH-a, oraz procesy jakie stosuje się obecnie lub zamierza wdrożyć w celu realizacji usług w ramach określonego modelu biznesowego. DIH określi też szacunkową liczbę personelu i ich profil kompetencyjny.* |
| **6b. Zasoby ludzkie** |
| *W tym punkcie należy opisać docelowe zasoby ludzkie, oraz lukę kadrową i kompetencyjną, a także sposób ich wypełnienia (np. konkretnie wskazanymi programami budowy kompetencji) w celu uzyskania gotowości do wykonywania zadania.* *Należy określić tutaj liczbę osób zaangażowanych bezpośrednio w świadczenie usług, a także informacje na temat ich profilu wykształcenia i doświadczenia zawodowego.*  |
| **6c. Zasoby techniczne i wymiar narzędziowy** |
| *W tym punkcie należy opisać posiadane zasoby techniczne, oraz lukę infrastrukturalną, która powinna zostać uzupełniona, aby osiągnąć pełen wymiar usług zdefiniowanych w propozycji wartości dla klienta, a także przedstawić posiadane lub planowane do wypracowania specjalistyczne narzędzia wspomagające realizację usług na wysokim poziomie.* |
| **7. Kluczowi partnerzy** |
| *W tym punkcie należy opisać kluczowych partnerów lub dostawców DIH-a (podmioty inne niż członkowie DIH-a), dzięki którym może on tworzyć wartość, oraz przedstawić ich charakterystykę, a także merytoryczne umotywowanie ich wyboru.* |
| **8. Kluczowe działania** |
| *W tym punkcie należy opisać jakie kluczowe działania DIH musi podjąć, aby jego model biznesowy sprawnie funkcjonował.* |
| **9. Struktura kosztów**  |
| *W tym punkcie należy zaprezentować metodologię wyceny poszczególnych usług świadczonych przez DIH.* |
| **10. Uwagi i opinie dotyczące procedury wyłonienia kandydatów na E-DIH oraz kryteriów wyboru** |
|  |