

DAFTAR GAMBAR

- 1.1. Pembagian Segmen Pasar & Target Penjualan PT. BPI
- 1.2. Grafik Penjualan Segmen Water Supply PT. BPI
- 3.1. Inovasi Nilai
- 3.2. Model Lima Kekuatan Porter
- 3.3. Konsep Samudra Merah vs Samudera Biru
- 3.4. Analisa Tingkatan Non Pelanggan
- 3.5. Kurva Nilai
- 3.6. Proses Menemukan New Value Factor
- 3.7. Six Path Framework
- 3.8. Buyer Utility Map
- 3.9. Konsep Samudra Merah vs Samudera Biru
- 3.10. Konsep Samudra Merah vs Samudera Biru
- 4.1. Kanvas As-Is Kurva Nilai Produk Segmen Water Supply PT. BPI
- 4.2. Kurva Nilai Produk Pesaing Segmen Water Supply PT. BPI
- 4.3. Kurva Nilai Kebutuhan Konsumen Pengguna Pipa Air
- 4.4. Kurva Nilai Gabungan Pasar Pipa Air
- 4.5. Kurva Nilai Yellow Tail (Gabungan Kurva “To-Be dan As-Is)
- 4.6. Kurva Nilai Gabungan Pasar Pipa Air Baru
- 4.7. Rangkaian Strategis Samudera Biru
- 4.8. Koridor Harga Massa
- 4.9. Bagan Laba Strategis Samudera Biru