

Business Model Canvas

Projekt:

Version:

Datum:

<p>● Schlüsselpartner KP</p> <ul style="list-style-type: none"> externe Geschäftspartner & Lieferanten, Ressourcen und Aktivitäten die von Partnern geleistet werden können oder müssen. <p>Aspekte</p> <ul style="list-style-type: none"> Synergien bei Leistungen, Angeboten, Kosten, Marktzugang Verringern von Risiken Abhängigkeiten Image Gewinn/Verlust - Trust 	<p>● Schlüsselaktivitäten KA</p> <p>erforderliche Aktivitäten aufgrund von:</p> <ul style="list-style-type: none"> zugesagten Produkteigenschaften VP Vertriebs- & Kommunikationskanälen CH Kundenbeziehungen CR Einnahmequellen R\$ <p>Kategorien</p> <ul style="list-style-type: none"> Infrastruktur Produktion Problemlösung Plattform/Netzwerk 	<p>● Zugesagte Produkteigenschaften VP</p> <ul style="list-style-type: none"> materiell & immateriell, welchen Kundennutzen bieten wir, welche Probleme lösen wir, unterschiedliche Lösungen je Zielgruppe, emotionale Werte durch unsere Lösungen. <p>Eigenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> neu leistungsstark kundengerecht Arbeitserleichterung Design Marke/Status Preis kostengünstig risikoarm Verfügbar ergonomisch Usability ... 	<p>● Kundenbeziehungen CR</p> <p>Erwartungshaltung der Kundensegmente an die Kundenbeziehung? Welche Kundenbeziehungen gibt es? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> direkte/indirekte persönliche Unterstützung Hilfe zur Selbsthilfe automatisierte Communities kreative Partnerschaft 	<p>● Kundensegmente CS</p> <p>Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden und warum?</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Massenmarkt Nischenmarkt ein Kundensegment verschiedene Kundensegmente Trendsetter
	<p>● Schlüssel Ressourcen KR</p> <p>erforderliche Ressourcen aufgrund von:</p> <ul style="list-style-type: none"> zugesagten Produkteigenschaften VP Vertriebs- & Kommunikationskanäle CH Kundenbeziehungen CR Einnahmequellen R\$ <p>Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> finanziell personell Produktionsmittel Know How systemkritische Ressourcen 		<p>● Vertriebs- & Kommunikationskanäle CH</p> <p>Welcher Kanal spricht welchen Kunden an? Wie erreichen wir sie jetzt? Welche sind besonders kostengünstig oder effektiv? Gibt es Synergieeffekte oder Gefahren wenn man Kanäle kreuzt/kombiniert? Bei welchen typischen Kundenaktivitäten gibt es Berührungspunkte mit unseren Kanälen?</p> <p>Kanal-Module</p> <ul style="list-style-type: none"> Wie können wir Aufmerksamkeit für das Angebot erzeugen? Wie helfen wir unseren Kunden dabei die zugesagten Produkteigenschaften zu bewerten? Welche Vertriebskanäle ermöglichen dem Kunden einen einfachen Kauf? Wie verwandeln wir die zugesagten Eigenschaften in einen Kauf (Vertrieb)? Aftersales – Betreuung, „Nach dem Kauf ist vor dem Kauf“ 	
<p>● Kosten C\$</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p> <p>Kostenorientierung bei den zugesagten Eigenschaften auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> geringe Kosten, geringer Preis, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing... Güte, Premium Angebot, außergewöhnliche Eigenschaften <p>Beispiele zu Kosten</p> <ul style="list-style-type: none"> Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel) variable Kosten einmalige Kosten stückzahlabhängige Kosten kritische Masse in Bezug auf Stückkosten, Kunden, Mitarbeiter etc. die einen exponentiellen Anstieg/Abfall von Kosten bewirkt kosten Ersparnis durch Synergieeffekte 		<p>● Einnahmequellen R\$</p> <p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben Sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie derzeit? Wie würden sie lieber bezahlen? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p> <p>Zum Beispiel durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> Verkauf Nutzungsgebühr Abonnement Verleih/Vermietung/Leasing Lizenzen Vermittlungsgebühr Werbung Nutzungsdauer 		