

Business Model Canvas

Designed für:

Designed durch:

Datum:

Iteration:

Schlüsselpartnerschaften

Wer sind unsere Schlüsselpartner?
 Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
 Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten üben Partner aus?



Motivationen für Partnerschaften:
 Optimierung und Mengenvorteil
 Minderung von Risiken und Unsicherheiten
 Akquise bestimmter Ressourcen und Aktivitäten

Schlüsselaktivitäten

Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertangebote?
 Unsere Distributionskanäle?
 Kundenbeziehungen?
 Einnahmequellen?



Kategorien
 Produktion
 Problemlösung
 Plattform/Netzwerk

Wertangebote (Value Proposition)

Welchen Wert vermitteln wir dem Kunden?
 Welche Probleme unseres Kunden helfen wir zu lösen?
 Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?
 Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir jedem Kundensegment an?



Kriterien
 Neuheit
 Leistung
 Anpassung an Kundenwünsche
 Die Arbeit erleichtern
 Design
 Marke/Status
 Preis
 Kostenreduktion
 Risikominimierung
 Verfügbarkeit
 Bequemlichkeit/Anwenderfreundlichkeit

Kundenbeziehungen

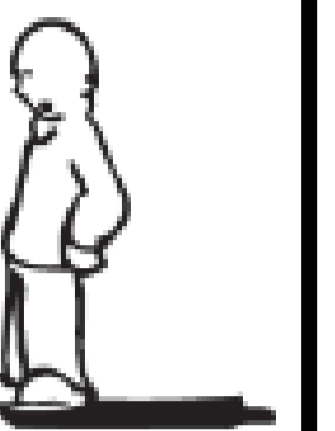
Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?
 Welche haben wir eingerichtet?
 Wie sind sie in unser übriges Geschäftsmodell integriert?
 Wie kostenintensiv sind sie?



Persönliche Unterstützung
 Individuelle persönliche Unterstützung
 Selbstbedienung
 Automatisierte Dienstleistung
 Communities
 Mitbeteiligung

Kundensegmente

Für wen schöpfen wir Wert?
 Wer sind unsere wichtigsten Kunden?



Massenmarkt
 Nischenmarkt
 Segmentiert
 Diversifiziert
 Multi-sided Plattformen

Schlüsselressourcen

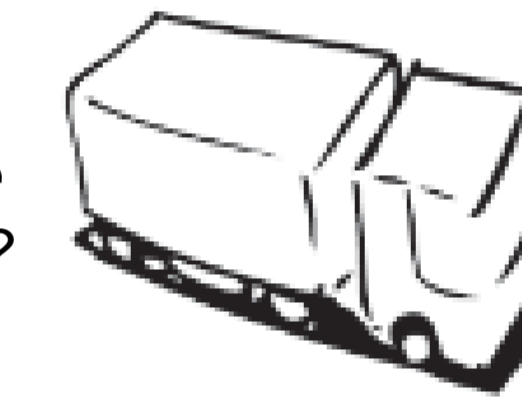
Welche Schlüsselressourcen erfordern unsere Wertangebote?
 Unsere Distributionskanäle?
 Kundenbeziehungen?
 Einnahmequellen?



Arten von Ressourcen
 Physisch
 Intellektuell (Markenpatent, Copyrights, Daten)
 Menschlich
 Finanziell

Kanäle

Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
 Wie erreichen wir sie jetzt?
 Wie sind unsere Kanäle integriert?
 Welche funktionieren am besten?
 Welche sind am kosteneffizientesten?
 Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?



Kanalphasen
 1. Aufmerksamkeit
 2. Bewertung
 3. Kauf
 4. Vermittlung
 5. Nach dem Kauf

Kostenstruktur

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
 Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?
 Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

Ist unser Geschäft eher
 Kostenorientiert
 Wertorientiert

Typische Merkmale
 Fixkosten (Gehälter, Miete, Betriebsmittel)
 Variable Kosten
 Mengenvorteile
 Verbundvorteile



Einnahmequellen

Für welche Werte sind unsere Kunden wirklich zu bezahlen bereit?
 Wofür bezahlen sie jetzt? Wie bezahlen sie jetzt?
 Wie würden sie gerne bezahlen? Wie viel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

Typen
 Verkauf von Wirtschaftsgütern
 Nutzungsgebühr
 Mitgliedsgebühren
 Verleih/Vermietung/Leasing
 Lizenzen
 Werbung

Festpreise
 Listenpreis
 Abhängig von Produkteigenschaften
 Abhängig von Kundensegment
 Abhängig von Menge

Variable Preise
 Verhandlung
 Ertragsmanagement
 Echtzeitmarktwert

