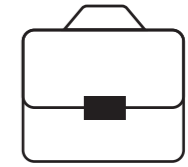


Business Model Canvas



Name des Benutzers oder des Kunden		Erstellt für:		Erstellt von:				
<p>SCHLÜSSELPARTNER</p> <p>Wer sind Ihre Schlüsselpartner? Wer sind Ihre Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen/ -aktivitäten kommen von Partnern und Lieferanten?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorteile von Partnerschaften Verbesserung der Leistung, Einsparungen von Aufwand und Kosten, Verringerung von Risiken und Unsicherheiten, Zugang zu Ressourcen und Leistungen 	<p>SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN</p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern Ihre Nutzenversprechen, Vertriebs- und Kommunikationskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kategorien Produktion, Problemlösung, Plattform/ Netzwerk 	<p>NUTZENVERSPRECHEN</p> <p>Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? Welches Kundenproblem helfen wir zu lösen? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kundenart an? Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eigenschaften Neu, Leistungsstark, Arbeitserleichterung, Design, Marke/Status, Preis, Kostengünstig, Risikoarm, Verfügbar 	<p>KUNDENBEZIEHUNGEN</p> <p>Welche Art von Kundenbeziehung erwarten die verschiedenen Kundenarten?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persönliche Beratung? Automatisierte Dienstleistung? 	<p>KUNDENARTEN</p> <p>Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Massenmarkt, Nischenmarkt, ein Marktsegment, verschiedene Marktsegmente, vielseitige Plattformen 	<p>VERTRIEBS- UND KOMMUNIKATIONSKANÄLE</p> <p>Über welche Kanäle wollen Ihre Kundenarten erreicht werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie werden Ihre Kunden auf Sie aufmerksam? - Wie können Ihre Kunden Ihr Nutzenversprechen bewerten? - Wie können sie Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung kaufen? - Wie gelangt das Produkt/ Dienstleistung zum Kunden? - Wie werden Kunden nach dem Kauf betreut? 			
<p>SCHLÜSSELRESSOURCEN</p> <p>Welche Schlüsselressourcen benötigen Sie für Ihre: Nutzenversprechen, Vertriebs- und Kommunikationskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ressourcenarten Produktionsmittel, Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten), Personal, Finanzen 			<p>KOSTEN</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in Ihrem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beispiele für Kostenarten Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel), Variable Kosten, Kostenersparnisse durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion), Kostenersparnis durch Systeme 			<p>EINNAHMEQUELLEN</p> <p>Für welchen Nutzen sind Ihre Kunden bereit, Geld auszugeben? Wie legen Sie die Preise fest? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arten Verkauf, Nutzungsgebühr, Abonnement, Verleih/Vermietung/Leasing, Lizenzen, Vermittlungsgebühr, Werbung <p><u>Feste Preise</u> (Listenpreis, abhängig z.B. von den Produktionskosten, vom Kundensegment, von der Menge) <u>Variable Preise</u> (Verhandlungssache, ertragsabhängig, marktabhängig)</p>		