










Business Model Canvas

Startup Name

Name1, Name2, ...

TT/MM/JJJJ

X.Y

<p>Schlüsselpartner </p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere wichtigsten Lieferanten? Welche Schlüsselressourcen erwerben wir von Partnern? Welche Hauptaktivitäten führen Partner durch?</p> <p>MOTIVATIONEN FÜR PARTNERSCHAFTEN Optimierung und Wirtschaftlichkeit, Verringerung von Risiko und Unsicherheit, Beschaffung bestimmter Ressourcen und Aktivitäten</p>	<p>Schlüsselaktivitäten </p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertvorschläge? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmenströme?</p> <p>KATEGORIEN Produktion, Problemlösung, Plattform / Netzwerk</p>	<p>Wertversprechen </p> <p>Welchen Wert liefern wir an den Kunden? Welches der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen? Welche Produkt- und Servicebündel bieten wir für jedes Kundensegment an? Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>EIGENSCHAFTEN Neuheit Performance Anpassung "Die Arbeit fertigstellen" Design Marke / Status Preis Kostenreduzierung Risikominderung Zugänglichkeit Komfort / Benutzerfreundlichkeit</p>	<p>Kundenbeziehungen </p> <p>Welche Art von Beziehung erwartet jeder unserer Kundensegmente, dass wir mit ihnen aufbauen und pflegen? Welche haben wir etabliert? Wie sind sie in das übrige Geschäftsmodell integriert? Wie teuer sind sie?</p> <p>BEISPIELE Persönliche Hilfe, Engagierte persönliche Unterstützung, Selbstbedienung, Automatisierte Dienste, Gemeinschaften, ...</p>	<p>Kundensegmente </p> <p>Für wen schaffen wir Wert? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <p>Massenmarkt Nischenmarkt Segmentiert Diversifiziert Mehrseitige Plattform</p>
	<p>Schlüsselressourcen </p> <p>Welche Schlüsselressourcen benötigen unsere Wertversprechen? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmenströme?</p> <p>ARTEN VON RESSOURCEN Physisch, Intellektuell (Markenpatente, Urheberrechte, Daten), Mensch, Finanziell</p>		<p>Marktkanäle </p> <p>Durch welche Kanäle möchten unsere Kundensegmente erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie sind unsere Kanäle integriert? Welche funktionieren am besten? Welche sind am kostengünstigsten? Wie integrieren wir sie in Kundenroutinen?</p> <p>KANALPHASEN Bewusstsein, Bewertung, Kauf, Lieferung, After Sales</p>	
<p>Kosten </p> <p>Was sind die wichtigsten Kosten unseres Geschäftsmodells? Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten? Welche Hauptaktivitäten sind am teuersten?</p> <p>IST IHR GESCHÄFT MEHR Kostenorientiert (schlankste Kostenstruktur, niedriger Preiswert, maximale Automatisierung, umfangreiches Outsourcing), Value Driven (Wertschöpfung, Premium Value Proposition)</p> <p>BEISPIELEIGENSCHAFTEN Fixkosten (Gehälter, Mieten, Dienstprogramme), Variable Kosten, Größenvorteile, Einsparungen von Umfang</p>		<p>Einnahmen </p> <p>Für welchen Wert sind unsere Kunden wirklich bereit zu bezahlen? Wofür bezahlen sie aktuell? Wie zahlen sie derzeit? Wie würden sie am liebsten bezahlen? Wie viel trägt jeder Umsatzstrom zum Gesamtumsatz bei?</p> <p>ARTEN: Verkauf von Vermögenswerten, Nutzungsgebühr, Abo-Gebühren, Ausleihe / Vermietung / Leasing, Lizenzierung, Maklergebühren, Werbung</p> <p>FESTE PREISE: Listenpreis, Produktmerkmale abhängig, Kundensegment abhängig, Volumenabhängig</p> <p>DYNAMISCHE PREISE: Verhandlung (Verhandlung), Ertragsmanagement, Echtzeit-Markt</p>		

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Datum:

Version:

Business Model Canvas

