

Business Model Canvas



SCHLÜSSEL-PARTNER	SCHLÜSSEL-AKTIVITÄTEN	NUTZEN-VERSPRECHEN	KUNDEN-BEZIEHUNGEN	KUNDEN-SEGMENTE
<p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten üben unsere Partner aus?</p> <p>Motivation für Partnerschaften Optimierung und Wirtschaftlichkeit Verringerung von Risiken und Unsicherheiten Beschaffung bestimmter Ressourcen und Aktivitäten</p>	<p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordert unser Nutzenversprechen? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmequellen?</p> <p>Produktion Problemlösung Plattform/Netzwerk</p>	<p>Welchen Nutzen verschaffen wir unseren Kunden? Welche der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen? Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir in jedem Kundensegment an? Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?</p> <p>Neuheit Leistung Anpassung an Kundenwünsche Die Aufgabe erledigen Design Marke Preis Kostenreduktion Risikominimierung Erreichbarkeit Komfort/Bequemlichkeit Anwender/Benutzerfreundlichkeit</p>	<p>Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente? Welche Beziehungen haben wir etabliert? Wie sind sie in unser Geschäftsmodell integriert? Wie kostenintensiv sind sie?</p> <p>Persönliche Unterstützung Selbstbedienung Automatisierte Dienstleistungen Gemeinschaften, Mitgestalten</p>	<p>Für wen bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <p>Massenmarkt Nischenmarkt Segmentiert Diversifiziert Übergreifende Plattformen</p>
	<p>SCHLÜSSEL-RESSOURCEN</p> <p>Welche Schlüsselressourcen erfordert unser Nutzenversprechen? Unsere Vertriebskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmequellen?</p> <p>Physisch Intellektuell Finanziell</p>		<p>Vertriebs-Marketing-KANÄLE</p> <p>Über 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?</p>	
KOSTENSTRUKTUR			EINNAHMEQUELLEN	
<p>Welche sind die wichtigsten Kosten? Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten? Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?</p> <p>Fixkosten (Gehälter, Mieten, Dienstprogramme), Variable Kosten</p>			<p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit zu zahlen? Was zahlen sie aktuell dafür? Wie zahlen sie aktuell? Wie würden sie es bevorzugen zu zahlen? Wieviel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?</p> <p>Fixpreise abhängig von Produktmerkmale, vom Kundensegment, vom Volumen, Dynamische Preise: Verhandlung, Ertragsmanagement, Echtzeit-Markt</p>	