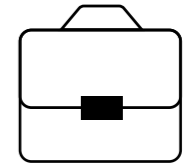


# Business Model Canvas



Angebot in einem Satz:		Erstellt für:		Erstellt von:	
<b>SCHLÜSSELPARTNER</b> Wer sind Ihre Schlüsselpartner? Wer sind Ihre Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen/ -aktivitäten kommen von Partnern und Lieferanten? - <b>VORTEILE VON PARTNERSCHAFTEN</b> Verbesserung der Leistung, Einsparungen von Aufwand und Kosten, Verringerung von Risiken und Unsicherheiten, Zugang zu Ressourcen und Leistungen	<b>SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN</b> Welche Schlüsselaktivitäten erfordern Ihre Nutzenversprechen, Vertriebs- und Kommunikationskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen? - <b>KATEGORIEN</b> Produktion, Problemlösung, Plattform/Netzwerk	<b>NUTZENVERSPRECHEN</b> Welchen Nutzen bieten wir den Kundinnen an? Welches Kundenproblem helfen wir zu lösen? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kundenart an? Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir? - <b>EIGENSCHAFTEN</b> Neu, Leistungsstark, Arbeitserleichterung, Design, Marke/Status, Preis, Kostengünstig, Risikoarm, Verfügbar	<b>KUNDENBEZIEHUNGEN</b> Welche Art von Kundenbeziehung erwarten die verschiedenen Kundenarten? - Persönliche Beratung? Automatisierte Dienstleistung?	<b>KUNDENARTEN</b> Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden? - Massenmarkt, Nischenmarkt, ein Marktsegment, verschiedene Marktsegmente, vielseitige Plattformen	
	<b>SCHLÜSSELRESSOURCEN</b> Welche Schlüsselressourcen benötigen Sie für Ihre: Nutzenversprechen, Vertriebs- und Kommunikationskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen? - <b>RESSOURCENARTEN</b> Produktionsmittel, Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten), Personal, Finanzen		<b>VERTRIEBS- UND KOMMUNIKATIONSKANÄLE</b> Über welche Kanäle wollen Ihre Kundenarten erreicht werden? - 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?		
<b>KOSTEN</b> Welches sind die wichtigsten Kosten in Ihrem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv? - Beispiele für Kostenarten Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel), Variable Kosten, Kostenersparnisse durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion), Kostenersparnis durch Systeme			<b>EINNAHMEQUELLEN</b> 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? - Arten Verkauf, Nutzungsgebühr, Abonnement, Verleih/Vermietung/Leasing, Lizenzen, Vermittlungsgebühr, Werbung <u>Feste Preise</u> (Listenpreis, abhängig z.B. von den Produktionskosten, vom Kundensegment, von der Menge) <u>Variable Preise</u> (Verhandlungssache, ertragsabhängig, marktabhängig)		