BUSINESS MODEL CANVAS

GESCHÄFTSIDEE / TEAMNAME	NAME	AM	VERSION
Geschäftsidee / Teamname	Vorname / Nachname	TT.MM.JJ	Version

8. SCHLÜSSEL-PARTNER

- Strategische Allianz zwischen Partnern, die nicht im Wettbewerb stehen
- Coopetition: strategische Zusammenarbeit zwischen Wettbewerbern
- Joint Ventures, um neue Geschäftsfelder zu erschließen
- Käufer-Lieferant-Beziehungen

7. SCHLÜSSEL-AKTIVITÄTEN

- Produktionsprozesse
- Wissensmanagement / Aktualität
- Problem-Lösung
- Plattform / Netzwerk (z.B. was Groupon oder eBay anbietet, wenn es Käufer und Verkäufer zusammen bringt)
- Voraussetzungen, die für die Leistungserbringung geschaffen werden und / oder Maßnahmen zur Aufrechterhaltung

6. SCHLÜSSEL-RESSOURCEN

- materielle Ressourcen (z.B. technische Verfahren, Programme)
- immaterielle Ressourcen (z.B. Know-How, Erfahrungen, Kreativität)
- menschliche und finanzielle Ressourcen

2. KUNDENWERT DER LEISTUNG

- Neuheit
- Performance
- Customization z.B. an die Bedürfnisse einer speziellen Kundschaft
- ein herausragendes Design
- Brand / Status
- Preis
- Kostenreduktion und oder Risiko-Reduktion
- Verfügbarkeit - das Produkt bzw. die Dienstleistung macht etwas für den Kunden leichter zugänglich als bisher
- Nützlichkeit / Bequemlichkeit

4. KUNDENBEZIEHUNG

- Persönliche Assistenz (z.B. mit Call-Center oder Mail-Kontakt)
- Selbstbedienung / automatisierter Service
- Community (Kunden helfen sich selbst und anderen Kunden, z.B. bei Support-Foren)
- Auftrag / Vertrag

3. VERKAUFSKANÄLE

- website onlineshop
- mobileapp
- Versand
- Direktverkauf / Zwischenhandel
- Flyer
- Kaltakquise per Anruf

1. KUNDENSEGMENTE

- demografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Familienstand, …),
- soziografische Merkmale (Einkommen, Beruf, Wohnverhältnisse, …),
- psychografische Merkmale (Werte, Glaubenssätze, Einstellungen, Verhalten, Lebensstil, …),
- regionale Merkmale (Wohnort, Wohngegend, …),
- verhaltensorientierte Merkmale (Preisorientierung, Mediennutzung, Einkaufsstättenwahl, …).
- Nischenmarkt oder Massenmarkt
- Privatkunden oder Firmenkunden

9. KOSTEN-STRUKTUR

- Kosten im Bereich Unternehmen, Produkt, Projekt, Dienstleistung
- Fixkosten (Miete, Personal, Versicherungen, Marketing)
- variable Kosten (Umsatzabhängig z.B. Material, Fahrtwege, Dienstleister)

5. EINZAHLUNGS-STRÖME

- Produktverkauf
- Lizensieren
- Vermieten
- Benutzungsgebühr / Abo-Gebühr / Vermittlungsgebühr
- Werbung
- Modulpreise / Volumen-Abhängig (Rabattstaffeln)
- Verhandlung
- Auktionen

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

hannoverimpuls

Quelle: www.businessmodelgeneration.com | auf Deutsch angepasst: hannoverimpuls GmbH

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA