Business Model Canvas

Entwickelt für: Krefelder Gründerpreis **Entwickelt von: MUSTER**

Datum:

Version:

Partner



- Wer sind unsere Schlüsselpartner?
- Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
- Welche Schlüsselressourcen erhalten wir von Partnern?
- Welche Aktivitäten führen Partner durch?

Vorteile von Partnerschaften:

- Verbesserung der Leistung, Einsparung von Aufwand und Kosten
- Verringerung von Risiken und Unsicherheiten
- Zugang zu Ressourcen und Leistungen

Aktivitäten



Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere

- Nutzen-Versprechen?
- · Vertriebs-u. Kommunikations-Kanäle
- Kunden-Beziehungen?
- Einnahme-Quellen

Kategorien: Produktion, Problemlösung und Plattform/ Netzwerk

Ressourcen



Welche Schlüsselressourcen benötigen wir für unsere

- Nutzen-Versprechen?
- Vertriebs-u. Kommunikations-Kanäle
- Kunden-Beziehungen?
- Einnahme-Quellen

Ressourcenarten: Produktionsmittel. Wissen (Patente/Markenschutz/ Urheberrecht, Daten), Personal, Finanzen

Nutzen-Versprechen



Welchen Nutzen bieten wir dem

Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen?

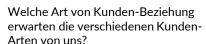
Welches Produkt-bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir?

Eigenschaften:

Kunden an?

- Neu
- Leistungsstark
- Kundengerecht
- Arbeitserleichterung
- Design
- Marke/ Status
- Preis
- Kostengünstig
- Risikoarm
- Verfügbar
- Nutzerfreundlich

Kunden-Beziehungen



Welche haben wir bereits geschaffen? Wie passen sie zum Rest des

Geschäftsmodells?

Welche Kosten verursachen sie? Beispiele

Persönliche Unterstützung, spezielle persönliche Unterstützung, Hilfe zur Selbsthilfe, automatisierte Dienstleistungen, Communities, Kreative Partnerschaft

Kunden/Zielgruppe



Wem bieten wir einen Nutzen an?

Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

- Massenmarkt
- Nischenmarkt
- Ein Marktsegment
- Verschiedene Marktsegmente
- Vielseitige Plattformen

Vertriebs-u. Kommunikations-Kanäle

Über welche Kanäle wollen unsere Kunden-Arten erreicht werden? Wie erreichen wir sie ietzt?

Wie funktionieren die Kanäle gemeinsam?

Welche funktioniert am besten? Welche sind besonders kostengünstig? Wie können wir sie mit typischen

Kundenaktivitäten in Berührung bringen?

Kanal-Phasen

- 1. Aufmerksamkeit: Wie können wir diese für unser Unternehmen u. seine Angebote erzeugen?
- Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten?
- Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte u. Leistungen zu kaufen?
- Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen-Versprechen an den Kunden?
- Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf?

Kostenstruktur/ Ausgaben

Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen und -aktivitäten sind besonders kostenintensiv

Ist unser Geschäftsmodell eher

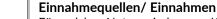
- Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, max. Automatisierung, extensives Outsourcing)
- Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen)

Beispiele für Kosten-Arten

- Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel)
- Variable Kosten
- Kostenersparnis durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion) oder durch Synergieeffekte

Team

- Wer soll in unserem Team sein und warum?
- Welche fachlichen Qualifikationen, welche soziale Kompetenzen braucht unser Unternehmen?



Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben Sie es derzeit aus? Wie bezahlen die derzeit? Wie würden sie lieber bezahlen?

Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?

Arten

- Verkauf
- Nutzungsgebühr
- Verleih/ Vermietung/ Leasing

• Welche Werte lebt unser Unternehmen?

Wofür soll unser Unternehmen stehen?

- Lizenzen
- Vermittlungsgebühr
- Werbung

Werte

Feste Preise

- * Listenpreis
- * abhängig von den Produktionskosten
- * anhängig vom Kundensegment
- * anhängig von der Menge

Variable Preise

- * Verhandlungssache
- * Ertragsabhängig
- * Marktabhängig

