







Business Model Canvas



Entwickelt für:
Krefelder Gründerpreis

Entwickelt von: MUSTER

Datum:

Version:

<p>Partner </p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer sind unsere Schlüsselpartner? • Wer sind unsere Schlüssellieferanten? • Welche Schlüsselressourcen erhalten wir von Partnern? • Welche Aktivitäten führen Partner durch? <p>Vorteile von Partnerschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Leistung, Einsparung von Aufwand und Kosten • Verringerung von Risiken und Unsicherheiten • Zugang zu Ressourcen und Leistungen 	<p>Aktivitäten </p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen-Versprechen? • Vertriebs-u. Kommunikations-Kanäle • Kunden-Beziehungen? • Einnahme-Quellen <p>Kategorien: Produktion, Problemlösung und Plattform/ Netzwerk</p>	<p>Nutzen-Versprechen </p> <p>Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen? Welches Produkt-bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>Eigenschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neu • Leistungsstark • Kundengerecht • Arbeiterleichterung • Design • Marke/ Status • Preis • Kostengünstig • Risikoarm • Verfügbar • Nutzerfreundlich 	<p>Kunden-Beziehungen </p> <p>Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschiedenen Kunden-Arten von uns? Welche haben wir bereits geschaffen? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p><u>Beispiele</u> Persönliche Unterstützung, spezielle persönliche Unterstützung, Hilfe zur Selbsthilfe, automatisierte Dienstleistungen, Communities, Kreative Partnerschaft</p> <p>Kunden/ Zielgruppe </p> <p>Wem bieten wir einen Nutzen an?</p> <p>Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Massenmarkt • Nischenmarkt • Ein Marktsegment • Verschiedene Marktsegmente • Vielseitige Plattformen 	<p>Vertriebs-u. Kommunikations-Kanäle </p> <p>Über welche Kanäle wollen unsere Kunden-Arten erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie funktionieren die Kanäle gemeinsam? Welche funktioniert am besten? Welche sind besonders kostengünstig? Wie können wir sie mit typischen Kundenaktivitäten in Berührung bringen?</p> <p><u>Kanal-Phasen</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufmerksamkeit: Wie können wir diese für unser Unternehmen u. seine Angebote erzeugen? 2. Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten? 3. Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte u. Leistungen zu kaufen? 4. Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen-Versprechen an den Kunden? 5. Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf?
---	--	--	--	---

<p>Kostenstruktur/ Ausgaben </p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen und -aktivitäten sind besonders kostenintensiv</p> <p>Ist unser Geschäftsmodell eher</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, max. Automatisierung, extensives Outsourcing) • Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen) <p>Beispiele für Kosten-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel) • Variable Kosten • Kostenersparnis durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion) oder durch Synergieeffekte <p>Team</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer soll in unserem Team sein und warum? • Welche fachlichen Qualifikationen, welche soziale Kompetenzen braucht unser Unternehmen? 	<p>Einnahmequellen/ Einnahmen </p> <p>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?</p> <table border="0"> <tr> <td>Arten</td> <td>Feste Preise</td> <td>Variable Preise</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Verleih/ Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> * Listenpreis * abhängig von den Produktionskosten * anhängig vom Kundensegment * anhängig von der Menge </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> * Verhandlungssache * Ertragsabhängig * Marktabhängig </td> </tr> </table> <p>Werte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Werte lebt unser Unternehmen? • Wofür soll unser Unternehmen stehen? <p>Was ist uns wichtig, was unwichtig? Wollen wir unsere Werte nach außen kommunizieren? Wenn ja, wie?</p>	Arten	Feste Preise	Variable Preise	<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Verleih/ Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> * Listenpreis * abhängig von den Produktionskosten * anhängig vom Kundensegment * anhängig von der Menge 	<ul style="list-style-type: none"> * Verhandlungssache * Ertragsabhängig * Marktabhängig
Arten	Feste Preise	Variable Preise					
<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Verleih/ Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> * Listenpreis * abhängig von den Produktionskosten * anhängig vom Kundensegment * anhängig von der Menge 	<ul style="list-style-type: none"> * Verhandlungssache * Ertragsabhängig * Marktabhängig 					