

The Business Model Canvas

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Am: Tag Monat Jahr

Version: Nr.

Schlüsselpartner



Wer sind unsere Schlüsselpartner?
Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?
Welche Schlüsselaktivitäten üben unsere Partner aus?

Motivation für Partnerschaften
Optimierung und Wirtschaftlichkeit
Minimierung von Risiken und Unsicherheiten
Beschaffung bestimmter Ressourcen und Aktivitäten

Schlüsselaktivitäten



Welche Aktivitäten erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Kategorien
Produktion
Problemlösung
Plattform/Netzwerk

Nutzenversprechen



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?

Eigenschaften
Neuheit
Leistung
Anpassung an Kundenwünsche
Die Aufgabe erleichtern
Design
Marken-Stellenwert
Preis
Kostenreduktion
Risikominimierung
Erreichbarkeit
Bequemlichkeit/Anwenderfreundlichkeit

Kundenbeziehungen



Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?
Welche Beziehungen haben wir bereits aufgebaut?
Wie sind sie in unser Geschäftsmodell integriert?
Wie kostenintensiv sind sie?

Beispiele
Persönliche Unterstützung
Dedizierter persönlicher Unterstützung
Selbstbedienung
Automatisierte Dienstleistungen
Gemeinschaften
Mitgestaltung

Kundensegmente



Für wen bieten wir einen Nutzen an?
Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Massenmarkt
Nischenmarkt
Segmentiert
Diversifiziert
Übergreifende Plattformen

Schlüsselressourcen



Welche Schlüsselressourcen erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Arten von Ressourcen
Materiell
Immateriell (Markenpatente, Urheberrechte, Daten)
Menschlich
Finanziell

Marketingkanäle



Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
Wie erreichen wir sie jetzt?
Wie sind unsere Kanäle integriert?
Welche funktionieren am besten?
Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

Akquisitionsprozess

- 1. Bekanntheit**
Wie machen wir die Produkte und Dienstleistungen unseres Unternehmens bekannt?
- 2. Auswahl**
Wie helfen wir unseren Kunden, das Nutzenversprechen unseres Unternehmens zu beurteilen?
- 3. Kauf**
Wie ermöglichen wir unseren Kunden, bestimmte Produkte und Dienstleistungen zu erwerben?
- 4. Auslieferung**
Wie realisieren wir das Nutzenversprechen für unsere Kunden?
- 5. Kundendienst**
Wie unterstützen wir unsere Kunden nach dem Kauf?

Kostenstruktur

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?
Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

Ist ihr Geschäft überwiegend
Kostenorientiert (schlanke Kostenstruktur, Niedrigpreisversprechen, maximale Automation, extensives Outsourcing)
Wertsorientiert (Schwerpunkte auf Wertschöpfung, Premium Nutzenversprechen)

Beispielkategorieigenschaften
Problemlöser (Löhne, Mieten, Betriebsmittel)
Variable Kosten
Skaleneffekte
Kostenvorteile



Einnahmequellen

Für welchen Nutzen sind unsere Kunden tatsächlich bereit zu zahlen?
Für was zahlen sie aktuell?
Wie zahlen sie aktuell?
Wie würden sie es bevorzugen zu zahlen?
Wieviel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

Arten
Verkauf
Nutzungsgebühren
Abonnementgebühren
Verkauf, Korrespondenz, Leistung
Lizenzen
Wermittlungsgebühren
Werbung

Fixpreise
Listpreis
Anzahlpreis
Abhängig vom Produktmerkmalen
Abhängig vom Kundensegment
Abhängig von Volumen

Variable Preise
Verhaltensabhängig (Preisnachlass)
Ermittlungsmanagement
Echtzeit Markt

