

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Optimization Leverandører, der matcher butikens brand. • Risk reduction: Online butik, gør det nemmere for kunder at handle hos butikken. • Risk Reduction: Meny som støtte. • Webdeveloper til at udvide online. • Fast samarbejde med bedemænd. • Mulighed for fast levering til fx receptioner i lægepraksis mm, eventsteder eller restauranter/caféer? 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Salg af blomster og planter <ul style="list-style-type: none"> ◦ Buketter ◦ Brudebuketter ◦ Begravelsesrelaterede blomster ◦ Sæson/Lejlighedsdekorationer • Salg af blomsterrelaterede produkter, f.eks. pletter, pynt osv. • Fremstilling af buketter, dekorationer osv. • Levering og opsætning af blomster til begravelser/bisættelser. • Mulighed for abonnementsbaseret service. Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Physical Indrettet hjørne af Meny • Intellectual Allerede etableret af kundegrundlag. Faglært, kompetent personale • People Ejet af Medarbejdere Meny/Kassemedarbejdere, som kan sælge varer med stregkoder • Financial Ejet af Meny. 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Convenience En hjemmeside vil give butikken en større mulighed for at modtage ordrer udenfor åbningstid. På den måde, gøres det lettere for kunderne • Performance Strømlinet og mere systematisk håndtering af bestillinger • Accessibility En hjemmeside kan øge muligheden for kendskab • Synergi Gennem både øget convenience og accessibility giver det et godt grundlag for nye og eksisterende kunder, til at lægge on-the-day orders og forudbestillinger. 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Personlig og skræddersyet betjening. Personligt kendskab til kunderne • Godt og stabilt samarbejde med lokale bedemænd • Den hyggelige og lokale butik - tid til kunderne med enten rådgivning eller lign. • Kunder kan i forskellig grad påvirke buketens sammensætning Channels: <ul style="list-style-type: none"> • Fysisk interaktion i butikken • SoMe • Mund-til-mund - loyale kunder • Samarbejde med bedemænd • Website (SEO) 	Customer segments <ul style="list-style-type: none"> • Personer der skal bruge blomster til arrangementer, mærkedage eller i hjemmet • Personer, der foretrækker at handle lokalt • Kunder, der alligevel er i Meny, bliver inspireret af udvalget hos blomsterbutikken • Bedemænd
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Value driven: Kvalitetsprodukter koster. • Fast omkostninger <ul style="list-style-type: none"> ◦ Website ◦ Løn • Variable omkostninger <ul style="list-style-type: none"> ◦ Engros/indkøb 		Revenue Stream <ul style="list-style-type: none"> • Asset sale: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Salg af blomsterdekorationer ◦ Salg af planter og relaterede produkter, fx pletter m.m. ◦ Salg af tilbehør fx pynt, kort osv. 		