Business Canvas.

Som redskab til, at gribe an hvordan vores ide kan gøres til en forretning, har vi anvendt Business Canvas, til at lave en slags kortlægning af, hvordan produktet dels kan markedsføres, og hvordan der kan tjenes penge på det. Der er også gjort tanker om partnere og potentielle kunder.

Helt basalt er value proposition for produktet, at det skal være en anderledes 'Feel-Good' oplevelse, at registrere sin egen træning end man kender fra lignende applikationer. Det der kendetegner vores applikation er, at den skal være en trænings-registreringsapp, der rummer et gaming-aspekt, hvilket blandt andet i denne tidlige version, understøttes af en spillignende brugerflade. Dette er et segment af applikationen, der ville skulle satses meget på, i forbindelse med udvikling af en færdig version, da det er her, vi vil kunne få produktet til, at skille sig ud på markedet. Der skal være en underholdningsværdi ved at bruge applikationen til at registrere sin træning, hvor formålet netop er, at brugeren via interaktion med applikationen ikke kommer i kontakt med en typisk, administrativt lignende brugerflade. Dette skal give motivation for at træne og bruge applikationen. På denne måde skal det være sjovt at komme i form.

Kundesegment vil være gameren der gerne vil træne, eller personer der generelt er tiltrukket af et gamificeret forhold til sin træning. Gamere er der rigtigt mange af, og derfor en målgruppe der kunne være oplagt at fokusere på.

Nøglepartnere vil være webhostingselskaber der hoster vores applikation og brugerdatabase. Andre partnere kunne være LAN-organisationer, eller arrangører af gamingevents der har forbindelse til rigtigt mange gamere, i kraft af de events de arrangerer. Man kunne satse på, at lave en eventuelt abonnementsaftale med fitness-centre, der kunne udbyde denne applikation til deres medlemmer. På denne måde vil vi være sikret, en løbende indkomst hvor fitness centret er vores kunde, som ved at de abonnerer på vores applikation, kan tilbyde brug af applikationen til deres medlemmer. Dette vil være en oplagt markedsvej at satse på, da det alternativt kan være meget svært at blive set i app stores.

Primære ressourcer vil være servere, udviklere til udvikling af applikationen og nye features med tiden. Det vil derudover være vigtigt med designere, da det designmæssige aspekt af denne applikation vil være af afgørende karakter og betydning, da hele value proposition meget kommer af den oplevelse, brugeren får via interaktion med brugerfladen.

Det er vores hensigt, at denne applikation skal bygge på en service der kører på en server. Denne service vil derefter kunne udstille applikationens funktionalitet, til de klienttyper vi gerne vil udvidde produktet, til at kunne bruges på. Som udgangspunkt starter applikationen med at være et website, men ved at have implementeret selve applikationslogikken som en service, er det forholdsvis nemt at lave apps til eksempelvis Android og iPhone der via netværk konsumerer denne service. På denne måde kan vi udvidde konceptet med tynde klienter. Der skal også lægges en del kræfter i markedsføring, da det er vigtigt at få denne applikation gjort synlig for potentielle brugere.

Selve kunderelationen varetages gennem, at der skal være en community integreret i applikationen. Derudover er det et vigtigt aspekt, at brugeren oplever troværdighed i produktet, ved at se resultater ved at bruge det. En anden kunderelation end den hvor vi har direkte forbindelse til slutbrugeren, er som omtalt, at få etableret abonnementsaftaler med større organisationer som eksempelvis fitnesscentre.

De kanaler vi tænker at anvende for at blive set, er for eksempel gamingsites på nettet, portaler og forums hvor gamere findes. Derudover kunne det være oplagt, at blive set på gamingevents, og eventuelt have en subevent der omhandlede brug af applikationen. Endelig er der den mere kommercielle vej til brugeren gennem reklamer i magasiner.

Udgifterne i forbindelse med at gøre produktet til en forretning, vil primært bestå i udgifter til at udvikle produktet. Derudover vil der også skulle anvendes en del midler på markedsføring. Det optimale her ville dog være, at kunne slå igennem ved, at blive markedsført viralt, og eventuelt blive set på de sociale medier.

Indtjeningsmulighederne vil være struktureret således, at der skal være en gratis version af applikationen, som det ikke koster noget at bruge. Den vil dog indeholde reklamer, som brugeren i en udstrækning vil blive mødt af. Derudover skal der være en abonnementsversion som kunden betaler en fast pris for, for en given tidsperiode. Endeligt vil det være oplagt, at udvikle produktet til flere platforme for, at give kommende brugere af applikationen mulighed for, at tilgå applikationen fra den device de ønsker.