

# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 	
	<p>Gründerteam:</p> <p>Hella - Studentin Gesundheitselektronik</p> <p>Eva - Studentin Gesundheitselektronik</p> <p>Angelique - Studentin Informationstechnik</p> <p>Unterstützend:</p> <p>Lieferanten/Suppliers Beratung aus Marktwirtschaft und Medizin</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktentwicklung</li> <li>- Design</li> <li>- Service (Beratung, Schulung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- unterstützendes Gadget gegen die Probleme, die aufgrund von falscher Körperhaltung auftreten</li> <li>- dezente Echtzeit-Anzeige ohne Störung des Arbeitsflusses</li> <li>- keine Ablenkung durch das Handy (d.h. keine App zum Gadget vorhanden=</li> <li>- mehr Körpergefühl und Achtsamkeit</li> <li>- mehr Produktivität</li> <li>- weniger Krankheitsfälle</li> <li>- weniger Besuche beim Arzt</li> <li>- Gruppendynamik und gemeinsames Setzen von Zielen im Arbeitsleben</li> <li>- informative Aufklärung</li> <li>- gute Integration in den Arbeitsalltag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kurze Kommunikationswege zwischen Anbieter und Nachfrager</li> <li>- Pflege und Aufrechterhaltung der Kundenbeziehung in Form von Befragungen und/oder Besuchen in den Unternehmen</li> <li>- durch Schulungen bekommt unser Unternehmen ein Gesicht und die Kunden wissen so besser, wer wir sind</li> <li>- durch das Angebot eines regelmäßigen Austauschs mit Partnern auf physiologischen Einrichtungen sowie unserer Kunden kann unsere Integrität gesichert werden</li> </ul>	
Key Resources 			Channels 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eigene Website (Desktop- und Mobilansicht)</li> <li>- Erwähnungen auf Partnerseiten</li> <li>- Erwähnungen in Physiomagazinen (B&amp;G, physiopraxis, ...)</li> </ul>	
Cost Structure 			Revenue Streams 		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Lagerkosten</li> <li>- geringe Vertriebskosten</li> <li>- größter Kostenfaktor: Technologieforschung, Wartung, Updates</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- der Kunde/Abnehmer bezahlt einmalig für das Produkt</li> <li>- Ziel ist eine Abnahme von Produkten auf Masse (breite Abnahme für Mitarbeiter in Unternehmen)</li> <li>- das Gadget ist die Haupt-Einnahmequelle des Start-Ups (zusätzliche Services durch Beratung und „Workshops“ in den Unternehmen der Kunden)</li> </ul>		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer