










The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

<p>Key Partners </p> <p>Gründerteam:</p> <p>Hella - Studentin Gesundheitselektronik</p> <p>Ewa - Studentin Gesundheitselektronik</p> <p>Angelique - Studentin Informationstechnik</p> <p>Unterstützend:</p> <p>Lieferanten/Suppliers Beratung aus Marktwirtschaft und Medizin</p>	<p>Key Activities </p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktentwicklung - Design - Fehlerbehebung <p>Key Resources </p> <p>Hella - Motivation, übergreifende Kompetenz</p> <p>Ewa - Design</p> <p>Angelique - BWL und VWL</p>	<p>Value Propositions </p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterstützendes Gadget gegen das Volksproblem Rückenleiden - schlicht und einfach, trotzdem effektiv - keine „unnötigen“ Extras wie Apps - schlichtes und unauffälliges Design - gute Integration in den Arbeitsalltag - keinerlei Vor- oder Nachbereitung - just in time Haltungsanzeige 	<p>Customer Relationships </p> <ul style="list-style-type: none"> - kurze Kommunikationswege zwischen Anbieter und Nachfrager - Pflege der Kundenbeziehung in Form von Befragungen, Besuchen in den Unternehmen - durch Schulungen bekommt unser Unternehmen ein Gesicht und die Kunden wissen so besser, wer wir sind und wie wir zu erreichen sind <p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> - Website (Desktop- und Mobilansicht) - Erwähnungen auf Partnerseiten 	<p>Customer Segments </p> <ul style="list-style-type: none"> - Menschen, die in ihrem Arbeitsleben, insbesondere in Bürotätigkeiten, mit Rückenproblemen zu kämpfen haben - die Altersgruppe ist unspezifisch, d.h. das Gadget richtet sich an alle Altersgruppen - als wichtigste Kunden gelten neben den Nutzern selbst auch medizinische Einrichtungen wie Arzthäuser oder Physio-Praxen - durch regelmäßigen Austausch mit Partnern aus physiologischen Einrichtungen kann unsere Integrität garantiert werden
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> - keine Lagerkosten - geringe Vertriebskosten - größter Kostenfaktor: Technologieforschung, Wartung, Updates 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> - der Kunde/Abnehmer bezahlt einmalig für das Produkt - Ziel ist eine Abnahme von Produkten auf Masse (breite Abnahme für Mitarbeiter in Unternehmen) - das Gadget ist die Haupt-Einnahmequelle des Start-Ups (zusätzliche Services durch Beratung und „Workshops“ in den Unternehmen der Kunden) 		