

BMI●Business model canvas

<div><div>● Belangrijkste partners</div><div>Wie zijn je belangrijkste, onvervangbare partners?</div><div><div>- Youtubers (kleine youtubers met abonnees tussen de 10K - 100K abonnees, voor promotie)</div><div>- Twitch (met een kraampje op TwitchCon voor promotie)</div><div>- Steam (Kanaal)</div></div></div>	<div><div>● Kernactiviteiten</div><div>Wat zijn je belangrijkste activiteiten om je waardepropositie te realiseren en te leveren?</div><div><div>- concept art</div><div>- programmeren</div><div>- riggen</div><div>- modellen</div><div>- playtesten</div><div>- plannen</div><div>- promotie</div></div></div>	<div><div>● Waardeproposities</div><div>Welke waarde lever je aan jouw klant? Welke problemen help je op te lossen voor jouw klant? Welke behoefte vervul je voor jouw klant? Wat is je belofte aan jouw klant? Wat zijn de producten en diensten die je levert?</div><div><div>- veel speelplezier</div><div>- leer over de mythe Amaterasu</div><div>- spanning</div></div></div>	<div><div>● Klantrelaties</div><div>Wat is je relatie met elk klantsegment en hoe onderhoud je deze?</div><div><div>- Social Media</div><div>- Patreon (met speciale voordelen voor donateurs)</div></div></div>	<div><div>● Klantsegmenten</div><div>Voor wie creëer je waarde? Wie zijn jouw belangrijkste klanten? Wie bepaalt, beslist en gebruikt je waardepropositie?</div><div>Mensen vanaf 16 die houden van een beetje spanning. Deze doelgroep zit vaak thuis na school/werk. Ook volgen ze bepaalde game influencers.</div></div>
	<div><div>● Kernmiddelen</div><div>Wat zijn de belangrijkste (mensen, kennis, middelen en geld) heb je nodig om jouw waardepropositie te realiseren en te leveren?</div><div><div>- Werknemers (artists, develovers)</div><div>- Software</div><div>- Kantoorgebouw</div><div>- Conventies</div></div></div>		<div><div>● Kanalen</div><div>Hoe bereikt je waardepropositie jouw klant? Waar kan jouw klant je product of dienst kopen of gebruiken? Hoe communiceer je met jouw klant?</div><div><div>- Steam</div><div>- Epic Games</div><div>- Blizzard Games</div><div>- Sony</div></div></div>	
<div><div>● Kostenstructuur</div><div>Wat zijn de belangrijkste kosten om jouw waardepropositie te realiseren en te leveren?</div><div>Software, promotie, werknemers, platformen</div></div>			<div><div>● Inkomstenstromen</div><div>Hoe belonen jouw klanten jou voor de waarde die je levert? Wat zijn de verschillende inkomstenstromen?</div><div><div>- De game zelf</div><div>- Merchandise</div><div>- Game DLC's</div><div>- Donateurs</div></div></div>	