

BMI●Business model canvas

<div><div>● Belangrijkste partners</div><div>Wie zijn je belangrijkste, onvervangbare partners?</div><div>- Youtubers (kleine youtubers met abonnees tussen de 10K - 100K abonnees, voor promotie) zoals: Egbert Kanaal, Mattheos en MangaKamen. Het doel van deze partners is dat zij gratis onze game mogen proberen, in ruil daarvoor krijgen wij weer promotie omdat zij er content over maken. - Twitch (met een kraampje op TwitchCon voor promotie) Twitchcon is een goede kans om je game te promoten, niet alleen potentiële klanten lopen er rond maar ook een aantal grote streamers, waarmee je misschien in aanraking komt. - Steam (Kanaal) Steam is een groot kanaal, als de game een beetje bekendheid krijgt en we verkopen het via Steam is de kans groot dat het verkocht gaat worden.</div></div>	<div><div>● Kernactiviteiten</div><div>Wat zijn je belangrijkste activiteiten om je waardepropositie te realiseren en te leveren?</div><div>- concept art - programmeren - riggen - modellen - playtesten - plannen - promotie</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>- Werknemers (artists, develovers) - Software - Kantoorgebouw - Conventies</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>- leer over de mythe van Amaterasu, er is veel wat je te weten kunt komen over de Japanse mythologie. Er is veel verbonden met elkaar en er zijn veel lessen om te leren, dus zeker waard om er over te leren! - de combinatie tussen spanning en verhaal, jouw taak als speler is om de godin van de zon te bevrijden uit haar grot, maar terwijl je dat doet staat je een grote uitdaging in de weg. Want er zullen monsters op je pad staan die er op uit zijn om je te vernietigen. Kan jij ze ontlopen?</div></div>	<div><div>● Klantrelaties</div><div>Wat is je relatie met elk klantsegment en hoe onderhoud je deze?</div><div>- Social Media - Patreon (met speciale voordelen voor donateurs)</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>- Steam - Epic Games - Blizzard Games - Sony</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>● Kostenstructuur</div><div>Wat zijn de belangrijkste kosten om jouw waardepropositie te realiseren en te leveren?</div><div>Belangrijkste kosten zijn €8820 voor het personeel. Per game zijn we ook 20% kwijt aan de publisher, dus aan €25 per game houden we €20 over.</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>Verwachte inkomsten uit de verkoop van games is in het jaar €10000. Dit is gebaseerd op de verkoop van 500 games via Steam. De game kost €25 euro en daar houden wij €20 aan over. Verder gaan wij merchandise verkopen en in-game DLC's, dit heeft een opbrengst van €2000,-</div></div>		