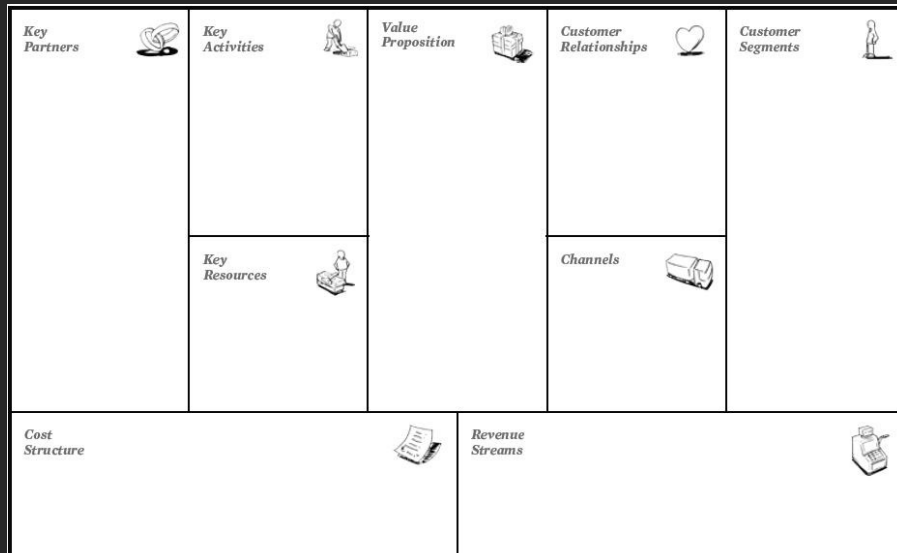


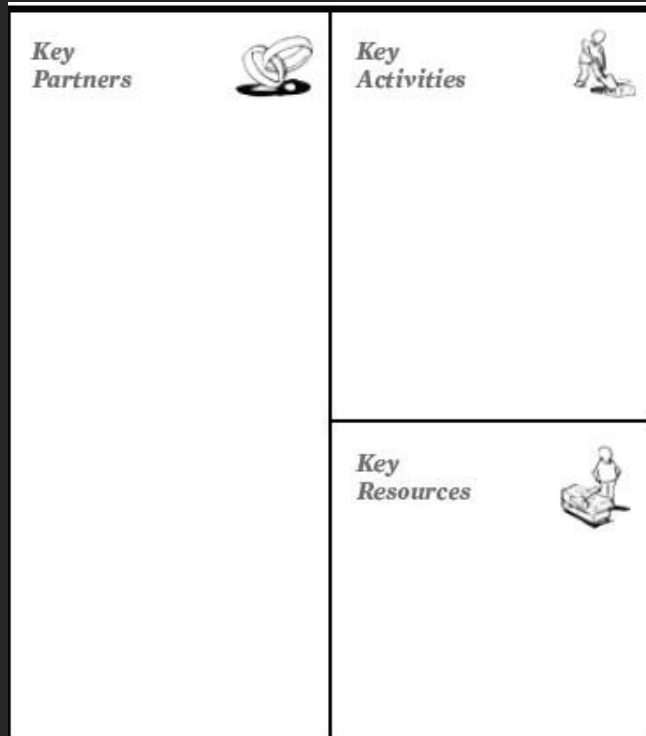
# Osterwalder

Samuel, Marius,  
Michael,  
Alexander, Leon

# Overview



# Key Structure



- 
- Key Partners
    - L-Bank
    - Fraunhofer Institut
    - Kosmetikstudios
    - Unbekannte Firmen
      - Handheld Device für Hautmessung
      - Rohstoffe
      - Maschine zur Herstellung der Cremes
      - Private Equity Partners
  - Key Activities
    - Produktion von Pflegeprodukten
    - Produktion der Handhelds
    - Auswertung von Daten
  - Key Ressourcen
    - Hautdaten
    - Rohstoffe für die Creme

# Cost Structure



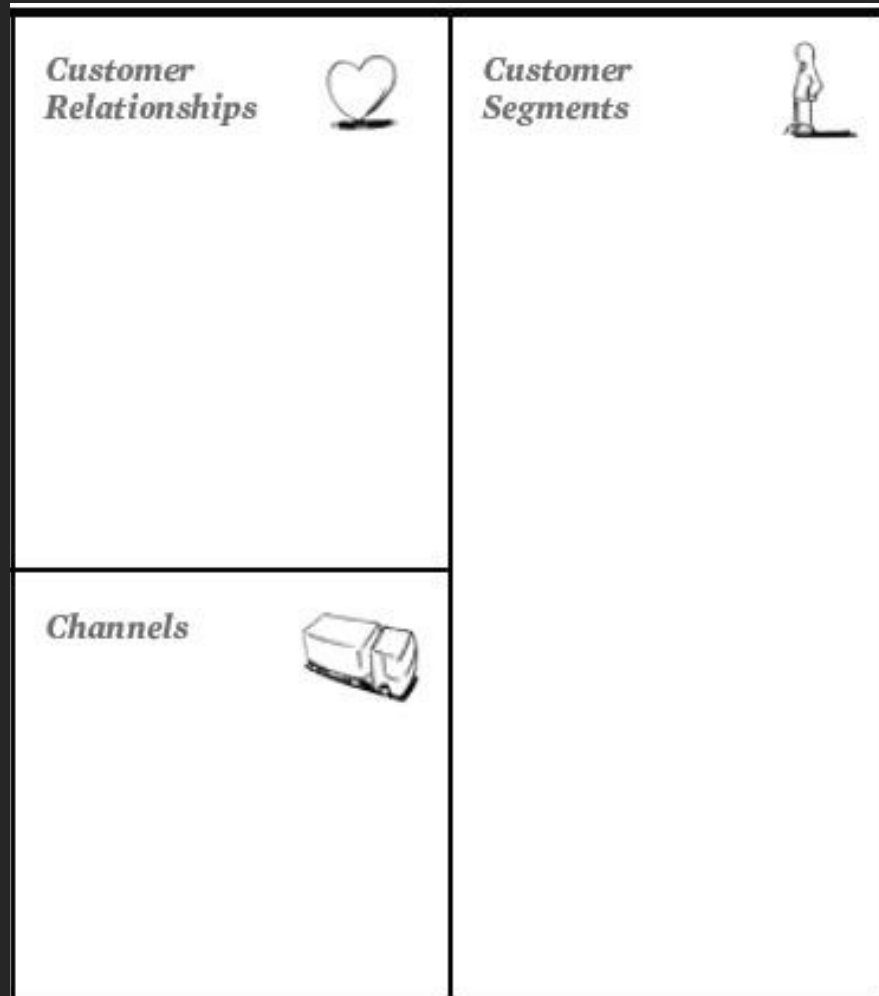
- 
- Unbekannte interne Kostenstruktur
  - Welche variablen Einkaufskosten liegen deinem Leistungsversprechen zu Grunde?
  - Was kostet die Akquise eines neuen Kunden/Partner?
  - Wie hoch sind die Personalkosten?
  - Welche Ressourcen verursachen (laufende) Kosten?
  - Welche anderen Ausgaben belasten dein Ergebnis signifikant?

# Value Proposition



- 
- Messung der Hautmarker und Verarbeitung mit Hilfe von KI
  - Qualitative individuelle Hautcreme für deine Hautmarker made in Germany
  - Bessere Pflege als handelsübliche Cremes

# Customer



- Customer Relationships
  - Starke Kundenbeziehung basierend auf
    - Vertrauen
    - Qualität
    - Lock-In Effekt
    - Modularität
- Customer Segments
  - Hauptsächlich Frauen
  - Alle Altersgruppen (Schwerpunkt 14-30)
  - mit Hautproblemen
  - Einkaufsfrequenz (vmtl. 4-8 Wochen parallel zur Messung)
  - Messfrequenz (4-8 Wochen)
  - Bestellen
    - Im Kosmetikstudio
    - Online-Shop
- Channels
  - Kosmetikstudios
  - Online-Shops
  - Weitere Werbung und Vermarktung

# Revenue Streams



- 
- Verkauf / Verleih der Handheld Devices
  - Verkauf der Pflegeprodukte
  - Welche weiteren Einnahmequellen hat Skinmade?