

Affärsmodell – Business Model Canvas

<div><h3>Nyckelpartners</h3><p>Vilka är våra viktigaste partners? Vilka är våra viktigaste leverantörer? Vilka nyckelresurser förvärfvar vi från våra partners? Vilka nyckelaktiviteter genomförs av partners?</p><p>Motivation till partnerskap Leverans av nyckelaktiviteter Leverans av nyckelresurser Optimering och ekonomi Minimering av risk och osäkerhet</p></div>	<div><h3>Nyckelaktiviteter</h3><p>Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera våra värdeerbjudanden? Vilka krävs relaterat till våra kanaler? För våra kundrelationer? För våra intäktströmmar?</p><p>Kategorier Produktion Problemlösning Plattform/nätverk</p></div>	<div><h3>Värdeerbjudande</h3><p>Vilket värde levererar vi till vår kund? Vilket av vår kunds problem hjälper vi till att lösa? Vilka kundbehov löser vi? Vilka paketeringar av produkter och tjänster erbjuder vi våra kunder/kundsegment?</p><div><div>Kännetecken Nyhetsvärde Prestanda Skräddarsytt ”Få jobbet gjort” Design Varumärke/status</div><div>Pris Kostnadsreducering Riskreducering Tillgänglighet Bekvämlighet Enkelhet</div></div></div>	<div><h3>Kundrelationer</h3><p>Vilka typer av relationer förväntar sig varje kundsegment av vi ska skapa och underhålla? Vilka har vi skapat? Hur är de integrerade med resten av vår affärsmodell? Hur kostsamma är de?</p><p>Exempel Personlig Självbetjäning Automatiserad Community Medskapande</p></div>	<div><h3>Kundsegment</h3><p>För vilka kunder skapar vi värde? Vilka är våra viktigaste kunder?</p><p>Massmarknad Nisch Segmenterad Diversifierad Plattform</p></div>		
	<div><h3>Nyckelresurser</h3><p>Vilka nyckelresurser krävs för att leverera våra värdeerbjudanden? Vilka krävs för våra kanaler? För våra kundrelationer? För våra intäktströmmar?</p><p>Typ av resurser Fysiska Intellektuella (varumärke, patent, upphovsrätt, data) Mänskliga Finansiella</p></div>		<div><h3>Kanaler</h3><p>Genom vilka kanaler vill våra kundsegment nås? Hur når vi dem idag? Hur är våra kanaler integrerade? Vilka fungerar bäst? Vilka är mest kostnadseffektiva? Hur är de integrerade med våra kundrutiner?</p><p>Faser Uppmärksamhet – hur får våra kunder kunskap om våra produkter och tjänster? Köp – på vilket sätt kan kunden köpa av oss? Utvärdering – hur hjälper vi kunden att utvärdera vårt värdeerbjudande? Leverans – hur levererar vi vårt värdeerbjudande? Uppföljning – hur supportar vi och bibehåller vår relation?</p></div>			
<div><h3>Kostnadsstrukturer</h3><p>Vilka kostnader är de viktigaste/största som vår affärsmodell kräver? Vilka nyckelresurser är mest kostsamma? Vilka nyckelaktiviteter är mest kostsamma?</p></div>	<div><p>Är företaget Kostnadsdrivet (minimerad kostnadsstruktur, lågt pris, automation, outsourcing) Värdedrivet (fokuserat på värdeskapande, premium)</p></div>	<div><p>Olika typer av kostnader Fasta kostnader (löner, hyra) Rörliga kostnader</p></div>	<div><h3>Intäktsströmmar</h3><p>För vilket värde är våra kunder verkligen villiga att betala? För vad betalar de idag? Hur betalar de idag? Hur skulle de föredra att betala? Hur mycket bidrar varje intäktström till de totala intäkterna?</p></div>	<div><p>Typer Försäljning av tillgångar Användningskostnad Prenumeration Låna/hyra/leasing Licensiering Courtage Annonsering</p></div>	<div><p>Fast prissättning Fasta priser Beroende på funktion Beroende på kundsegment</p></div>	<div><p>Dynamisk prissättning Förhandling Beroende på prestation Beroende på kundens prestation Realtidsmarknad</p></div>