

# Business Model Canvas - Risks

## Key Partners

Kommunikationen med key partners är ej färdigutvecklad, vilket innebär att risken för att den inte fungerar tillräckligt väl är påtaglig. Initialt behöver fokus ligga på att bygga upp grundläggande kommunikationsnormer.

## Key Activities

Även här är den stora risken relaterad till projektets ålder: bristen på erfarenhet gör att aktiviteterna behöver utvärderas kontinuerligt.

## Key Resources

Våra kompetenser kanske inte räcker till för att lösa den problematik vi står inför. Därför viktigt att i ett tidigt stadie identifiera de kompetenser som finns inom gruppen och försöka komplettera dessa utefter behov, exempelvis genom att läsa in oss på back end.

## Value Propositions

Risk kring att utvecklingsteamets kunskap om kundsegmentets behov medför att värdeerbjudande missanpassas. Kan hanteras genom en öppen kommunikation med kunden/produktägaren.

## Customer Relationships

Kunden kanske inte har tid att interagera med oss i den grad som vi tänkt oss. På så sätt riskerar vi att missa viktiga aspekter. Hanteras lämpligen genom att i ett tidigt stadie strukturera upp kommunikation med produktägare och i varje sprint föra en dialog med produktägaren.

## Channels

På grund av att handledningstillfällena enbart sker en gång per sprint finns det en risk för långa luckor i kommunikationen om handledaren i fråga skulle missa mötet. Detta kan hanteras genom att ha risken i åtanke när mötesinnehållet planeras.

## Customer Segments

-

## Cost Structure

Vi vet exakt hur mycket tid vi har men inte hur mycket vi får gjort på den. Därför krävs bra planering och här är scrums arbetssätt till bra hjälp.

## Revenue Streams

Risk för att kunden inte är intresserad av att köpa tjänsten när den är färdigbyggd. Genom en nära kontakt med kunden kan detta undvikas - vi bygger en tjänst som de vill köpa.