

<div><div>● Key partners</div><div>Who are your most important partners? Which key resources do you acquire from partners? Which key activities do your partners perform?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Android plattformen i form av en frikostnad utvecklingsplattform.• Chalmers tekniska högskolan, i form av handledning och kunskap och tränings givare.</div></div>	<div><div>● Key activities</div><div>What are the activities you perform every day to create & deliver your value proposition?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Matchar personer som vill skicka paket med personer som ska dit paketet önskas skickas.</div></div>	<div><div>● Value propositions</div><div>What is the value you delivery to your customer? Which of your customer's problems are you helping to solve? What is the customer need that your value proposition addresses? What is your promise to your customers? What are the products and services you create for your customers?</div><div><ul style="list-style-type: none">• En app som fyller ett behov genom att matcha ihop den som vill skicka ett paket från A till B snabbt med någon som faktiskt ska åka snart från A till B som kan ta paketet med sig mot ett avtalat pris.• Appen utgör ett unikt värde, då det ska inte skapas enskilda turer för att leverera dessa paket utan de skickas genom befintliga bestämda turer vilket utgör en klar miljövärde då koldioxidutsläppet minskar med färre paketskickningsresor.• Tjäna pengar när du vill.</div></div>	<div><div>● Customer relationships</div><div>What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Genom ett belöningssystem för varje paket som skickas får både skickpersonen som skickat paketet och leverantören en utsträckning på Plantan som är tilldelad varje användare för att påminna att det de gör utgör miljövinst. På detta sättet får vi användaren att gilla appen.</div></div>	<div><div>● Customer segments</div><div>For whom are you creating value? What are the customer segments that either pay, receive or decide on your value proposition?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Användare som åker mellan två orter och har smartphones.• Anävndare som har behov av att skicka paket snabbt mellan två orter.• Miljövänliga användare som har möjlighet att utföra den processen istället för den vanliga posten.</div></div>
	<div><div>● Key resources</div><div>What are the resources you need to create & deliver your value proposition?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Utvecklingsteam som applicerar Scrum metodologi. Teamen består av Software Engineering och Business management studenter.</div></div>		<div><div>● Channels</div><div>How does your value proposition reach your customer? Where can your customer buy or use your products or services?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Android application• En webbsida där publiceras 10 högsta plantor, alltså användarna som utgjort största miljövinst.</div></div>	
<div><div>● Cost structure</div><div>What are the important costs you make to create & delivery your value proposition?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Teamens tid och arbete.• Eventuella kostnader för använda tekniska resurser.</div></div>			<div><div>● Revenue streams</div><div>How do customers reward you for the value you provide to them? What are the different revenue models?</div><div><ul style="list-style-type: none">• Personen som vill skicka paket betalar en viss kostnad när en leverentör har tagit uppdraget. Pengerna överförs till företagets konto, en del är intäkt till företaget och den andra delen får leverantören så fort båda bekräftade slutet av leveransen av paketet.</div></div>	