

Design för företag  
Uppgift 3 - Skapande av en affärsmodell

Hektor Dahlberg - 2201899  
Elin Granholm - 2003183  
Fanny Törn - 2003663  
Jenni Talvinen - 2202500

## 1. Kundsegment

### Primära kunder

- Personer med kroniska sjukdomar som diabetes, där konstant medicinering krävs.
- Äldre människor eller personer med nedsatt förmåga att följa medicinska rutiner.
- Hälsovårdsinstitutioner som sjukhus och vårdcentraler.

### Sekundära kunder

- Tekniskt intresserade individer och tidiga adopterare som vill förenkla sin medicinska behandling.
- Försäkringsbolag som vill minska kostnader genom förebyggande och automatiserad vård.

## 2. Värdeerbjudande

- Automatiserad medicinsk administration som minskar behovet av mänsklig intervention och regelbundna läkarbesök.
- Ökad trygghet genom snabb behandling och diagnostik, särskilt för personer med kritiska medicinska behov.
- Tidsbesparing och förenklad hantering av daglig medicinering, vilket förbättrar livskvaliteten.
- Ökad säkerhet och möjlighet att undvika missade doser eller felmedicinering.

## 3. Distribution

- Direktförsäljning till sjukhus och vårdcentraler som en del av deras medicintekniska utrustning.
- Onlineförsäljning genom en dedikerad webbplats och appar där användare kan beställa och prenumerera på uppdateringar eller nya modeller.
- Samarbeten med försäkringsbolag och apotek för att integrera produkten i vårdkedjan.
- Digital marknadsföring genom sociala medier och hälsoteknik-event för att nå tidiga användare.

#### **4. Kundrelationer**

- Personlig kundsupport genom telefon och online chat för att guida kunder genom installation och användning.
- Användarutbildning och supportprogram för att säkerställa korrekt användning, särskilt för äldre eller tekniskt ovana användare.
- Uppföljande vård och support genom automatiska systemuppdateringar och säkerhetsövervakning för att undvika tekniska problem.

#### **5. Intäktsströmmar**

- Direktförsäljning av enheten med tillhörande teknik till konsumenter och vårdinstitutioner.
- Prenumerationstjänst för uppdateringar av mjukvara och kontinuerligt stöd för användare.
- Licensiering av tekniken till medicinska företag eller apotekskedjor.
- Partnerskap med försäkringsbolag för att subventionera produkten för deras kunder, vilket också minskar deras långsiktiga kostnader för kroniska patienter.

#### **6. Nyckelresurser**

- Teknologi och forskning för att säkerställa säker och effektiv medicinadministration.
- Tillverkning av den bärbara tekniken och uppdateringar av mjukvara.
- Medicinska partnerskap för att säkerställa korrekt diagnos och medicinering.
- Datahantering och säkerhetsteknik för att skydda användarnas medicinska information.

#### **7. Nyckelaktiviteter**

- Utveckling av tekniken för säker och effektiv användning, inklusive forskning och testning av enheten.
- Marknadsföring och distribution för att nå både individuella användare och vårdinstitutioner.
- Kundutbildning och support för att säkerställa rätt användning av produkten.
- Regelbundna uppdateringar och underhåll av mjukvaran som styr enheten.

#### **8. Nyckelpartners**

- Samarbete med läkemedelsföretag för att garantera säker medicinering och korrekt diagnostik.
- Sjukvårdsinrättningar för att testa och använda produkten i verkliga kliniska miljöer.
- Teknikföretag som levererar AI- och datasäkerhetslösningar.
- Försäkringsbolag som kan erbjuda produkten som en del av sina sjukvårdsplaner för kunder.

## **9. Kostnadsstruktur**

- Forskning och utveckling av tekniken, inklusive säkerhetstester och kliniska prövningar.
- Tillverkning och distribution av enheten samt uppdateringar av mjukvara.
- Marknadsföringskostnader för att nå både B2B- och B2C-marknader.
- Support och utbildningsprogram för kunder och vårdpersonal.