

BMI • Business model canvas

<p>● Belangrijkste partners Wie zijn je belangrijkste, onvervangbare partners?</p> <p>Garages Agenten</p> <p>Producent voertuig sensoren</p>	<p>● Kernactiviteiten Wat zijn je belangrijkste activiteiten om je waardepropositie te realiseren en te leveren?</p> <p>Verzekeringen</p> <p>Data verzamelen Data analyseren</p>	<p>● Waardeproposities Welke waarde lever je aan jouw klant? Welke problemen help je op te lossen voor jouw klant? Welke behoefte vervul je voor jouw klant? Wat is je belofte aan jouw klant? Wat zijn die producten en diensten die je levert?</p> <p>Opvangen van financiële gevolgen Advies voor beperken schade Zekerheid bieden</p> <p>Beter inzicht in klanten voor de agenten Klant motiveren veilig te rijden Klant krijgt veiligere levensstijl</p>	<p>● Klantrelaties Wat is je relatie met elk klantsegment en hoe onderhoud je deze?</p> <p>Toegewezen persoonlijke hulp</p> <p>App voor de klant</p>	<p>● Klantsegmenten Voor wie creëer je waarde? Wie zijn jouw belangrijkste klanten? Wie bepaalt, beslist en gebruikt je waardepropositie?</p> <p>Automobilisten</p>
<p>● Kernmiddelen Wat zijn de belangrijkste (mensen, kennis, middelen en geld) heb je nodig om jouw waardepropositie te realiseren en te leveren?</p> <p>Personeel Geld Risicomanagementsysteem</p> <p>Data</p>	<p>● Kanalen Hoe bereikt je waardepropositie jouw klant? Waar kan jouw klant je product of dienst kopen of gebruiken? Hoe communiceer je met jouw klant?</p> <p>Agenten Fysieke winkels Online winkel</p> <p>App</p>			
<p>● Kostenstructuur Wat zijn de belangrijkste kosten om jouw waardepropositie te realiseren en te leveren?</p> <p>Uitkeringen Personeel Incentive agenten</p> <p>Database Extra kosten it personeel Voertuigsensoren</p>		<p>● Inkomstenstromen Hoe belonen jouw klanten jou voor de waarde die je levert? Wat zijn de verschillende inkomstenstromen?</p> <p>Premies Klantspecifieke premies</p>		