|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Designed for:* | | | | | *Designed by:* | | *Date:* | | *Version:* |
| **Business Model Canvas** | |  | | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | | | | |  | |  | | |
| **Key Partners** | **Key Activities** | | **Value Propositions** | | | **Customer Relationships** | | | **Customer Segments** | | |
| Người đầu tư: những người đầu tư số vốn nhỏ vào các dự án.  Động lực:  Nguồn đầu tư nhỏ  Thời gian hoàn vốn theo kỳ  Các dự án được thẩm định  Hiểu được mô hình kinh doanh của dự án | Lợi nhuận được trả theo kỳ dựa trên doanh thu.  Chia sẻ doanh thu qua thông tin đầu tư vào các dự án.  Là người đầu tư trực tiếp vào các dự án.  Doanh thu từ các dự án. | | Cung cấp nền tảng cho những người muốn bắt đầu hoặc mở rộng việc kinh doanh bị thiếu vốn, và cho những nhà đầu tư nhỏ muốn giảm thiểu rủi ro thông qua việc đàu tư chia sẻ. Những dự án phải được thẩm định và kiểm kê số liệu. Đồng thời dòng tiền đầu tư vào dự án được quản lý và chuyển giao đúng cho người thực hiện kinh doanh. | | | | Trung gian gọi vốn  Thiết lập nền tảng cho người thực hiện kinh doanh có thể kêu gọi đầu tư, cung cấp thông tin trong quá trình kinh doanh.  Phí được thu | | Người thực hiện kinh doanh: cung cấp dự án  Động lực: những người khởi nghiệp hoặc kinh doanh nhưng bị hạn chế về vốn. | | |
| **Key Resources** | | **Channels** | |
| Tiền  Người đầu tư đầu tư trực tiếp lên thông tin các dự án.  Customer Relationships Revenue Streams? | | Trang web portal.  Thông qua các mối quan hệ, dự án đã thành công. How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines? | |
| **Cost Structure** | | | | **Revenue Streams** | | | | | | | |
| What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?  IS YOUR BUSINESS MORE: Cost Driven (leanest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing), Value Driven (focused on value creation, premium value proposition).  SAMPLE CHARACTERISTICS: Fixed Costs (salaries, rents, utilities), Variable costs, Economies of scale, Economies of scope | | | | For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?  TYPES: Asset sale, Usage fee, Subscription Fees, Lending/Renting/Leasing, Licensing, Brokerage fees, Advertising FIXED PRICING: List Price, Product feature dependent, Customer segment dependent, Volume dependent DYNAMIC PRICING: Negotiation (bargaining), Yield Management, Real-time-Market | | | | | | | |
| Designed by: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Word implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Designed for:* | | | | | *Designed by:* | | *Date:* | | *Version:* |
| **Business Model Canvas** | |  | | |  | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | | | | |  | |  | | |
| **Key Partners** | **Key Activities** | | **Value Propositions** | | | **Customer Relationships** | | | **Customer Segments** | | |
|  |  | |  | | | |  | |  | | |
| **Key Resources** | | **Channels** | |
|  | |  | |
| **Cost Structure** | | | | **Revenue Streams** | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | | | | |
| Designed by: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Word implementation by: Neos Chronos Limited (<https://neoschronos.com>). License: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) | | | | | | | | | | | |