

Business model canvas, beskrivning

Detta dokument beskriver post-it-lapparna i vår BMC och förklarar hur vi resonerat för att komma fram till dessa.

Perspektiv

Denna business model canvas är utformat utifrån perspektivet av ett framtida mjukvaru-utvecklingsbolag som vill skapa en applikation för hamnar med stöd av PortCDM.

Customer segments

Vi har valt att dela upp våra framtida kunder i två segment.

Det första, och kanske viktigaste segmentet, är de som kommer nyttja appen för sin dagliga verksamhet. Då detta kommer vara en app för hamnar kallar vi denna grupp för "port authorities". Blå lappar i högerdelen av canvasen är relaterade till denna kundgrupp

Utöver denna kundgrupp tror vi även att vi kan tillfredsställa behov hos "data-miners" som behöver tillgång till shipping/hamn-data för att kunna utveckla nya tjänster och produkter. Gula lappar i högerdelen av canvasen är relaterade till "data-miners".

Value proposition

Vårt value proposition till hamnar är uppdelat i tre delar:

Insights and data about activity in the port. Med detta menar vi att genom att ge kunden tillgång till data om vad som faktiskt pågår i hamnen kan vi skapa värde genom att t.ex. synliggöra flaskhalsar och ineffektiva processer. Detta gör att vi skapar potential till förbättring i hamnen.

Lower administration and regulatory costs. Genom att automatisera och ge stöd till befintlig administration kan vi hjälpa hamnen att eliminera och/eller sänka kostnader för befintliga processer.

One stop shop for data that could be utilised to facilitate innovation. Då vi kan aggregera och tillgängliggöra data om aktivitet mellan hamnens aktörer, öppnas dörrarna till att upptäcka nya tjänster och produkter baserat på denna information. Nya behov bland hamnens aktörer kan identifieras och möjliggöra utveckling av nya innovationer.

Port data, not accessible anywhere else. Till "data-miners" är erbjudandet enkelt, vi ger er data om hamnar som inte går att få tag på någon annanstans.

Customer relationships

Vi förväntar oss långa och djupa relationer med hamnar då vår app kommer vara kritisk för deras verksamhet och något som används under lång tid. När en hamn väl valt att gå på vår app så kommer man troligtvis inte vilja byta utan vidare.

Med data-miners förväntar vi oss att vi kommunicerar via vår arkitektur. Ingen direktkontakt med kunden utan data levereras via t.ex. ett API.

Channels

För att nå ut till nya kundgrupper kommer vi genomföra personlig försäljning. Detta tror vi är det rimligaste alternativet då ett byte till vår app från befintliga system är affärskritiskt projekt och inget man beslutar om hur som helst.

Utöver detta hoppas vi att kunna bli ett "preferred choice" bland hamnar uppkopplade till PortCDM, då kan vi få marknadsföring genom den plattformen.

Till data miners når vi ut genom PortCDM och online-marketing på relevanta sajter och forum, till exempel genom sponsrade sökningar på Google. Vi förväntar oss att dessa kunder kommer komma till oss om vi lyckas bli aktören med mest/bäst data.

Revenue streams

Till hamnarna kommer vi ta betalt genom en licensmodell eller SaaS-model där hamnen betalar en månadsavgift baserat på storleken på hamnen. Utöver detta kommer vi även sälja add-on features såsom statistiktjänster baserade på datan vi har att tillgå. Även detta kommer betalas via SaaS-modellen.

Data-miners kommer betala för datan de använder, de kan även välja att prenumerera på löpande data om önskan finns.

Cost structure

Vi räknar med att vi kommer behöva betala en avgift för att finnas på PortCDM-plattformen. Utöver detta måste vi betala löner till organisationer och allt kopplat till personal, säljresor, kontorshyra, marknadsföring mot data miners, IT-kostnader såsom arkitektur etc.

Key partners

Våra key partners är:

Port Authorities som hjälper oss att utveckla, och i ett senare skede vidareutveckla, vår applikation. Det hade inte varit möjligt att utveckla appen utan hjälp från hamnen då de sitter på ovärderlig kompetens om produkter och dylikt.

PortCDM är också en viktig partner eftersom vi använder oss av deras API och tjänster för att leverera vår. Även andra applikationer i PortCDM är viktiga partners då dessa levererar viktig data som skapar värde för våra kunder.

Key activities

Våra viktigaste aktiviteter för att kunna leverera vårt value-prop är agil-utveckling, försäljning och underhåll/support

Key resources

Då vi inte kräver några dyra maskiner eller dylikt så är våra viktigaste resurser inom kompetens och information/data.

Detta delar vi upp i vår agila förmåga, hamn-kompetens och IT-kompetens.

Med agil förmåga menar vi förmågan att jobba agilt och effektivt i mjukvaruutvecklingen.

Hamn-kompetens, ju mer vi lär oss om hamnar desto viktigare blir den kunskapen i vår balansräkning för att kunna leverera bättre tjänster. Utöver detta kommer vi också kunna samla på oss mycket data om olika hamnar, kunna jämföra och kanske hitta best-practices för hur hamnen bör jobba.

IT-kompetens och infrastruktur relaterar både till kompetensen inom utveckling men också all färdig kod och infrastruktur som kommer skapas under företagets utveckling. Här ingår hur också hur vi faktiskt hanterar datan.