# Business Model Canvas

Sami- appen som gör samåkning smidigt och kul

## **Key Partners**

- P
- Företag som vill aktivera sin anställda till samåkning för en hållbarare profil
- Plattform f\u00f6r att publicera appen (ex. android)
- Chalmers Universitet (fungerar som stöd för utvecklinge och generellt uybyte)
- Kursdeltagare (utbyte av kunskap och fungerar som feedbackloop)

## **Key Activities**



- Matchar personer som vill till samma destination
- Sköter transaktionen för betalningarna
- Ger användarna poäng för insparad koldioxid
- För intjänade poäng så får man rabatt på resor

## **Key Resources**



- Ett agilt och flexibelt utvecklingsteam med studenter från informationsteknik och industriell ekonomi
- Partners (stöd från Chalmers under utvecklingen)
- Kundbas i appen (utgör tillgång i form av ett nätverk)

## Value Propositions

En app som fyller ett behov

användare till samåknina

(man behöver inte länare

lägga ut på facebook för att hitta någon att åka med

Appen utgör ett nytt värde.

"samåkningsverksamhet".

att föraren ska tjäna pengar

pengar mellan användarna

genom att man smidigt kan

koppla betalningen i appen

Den ökade konsolideringen

av resor blir ett enkelt sätt

att minska de total antalet

genom appens utnyttjande

resor och utsläpp av

För användarna blir det

av gamification ett roligt

sätt att vara miljövänlig

koldioxid

Målet är att samåka, inte

på det utan resenärena

Underlättar överföring av

Det utgör ett miljövärde.

delar på kostnaden.

taxiverksamhet likt UBER

utan nu finns vår app)

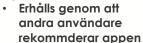
Det är inte en

utan det här är en

genom att matcha ihop



# Nya relationer:



Customer Relationships

#### Existerande relationer:

- Appen gör att samåkning kan göras I högre utsträckning
- Poängen i appen och tävlingsmomentet gör att användare stimuleras till forsatt användning

#### Channels



- Användare möts via appen
- Appen når användarna via en platform (ex. Android)
- Listorna på miljövänliga personer och miljövänliga företag publiceras på andra plattformar för ökad spridning och motivation

## **Customer Segments**

- Användare som värderar miljövänlighet högt
- Anävndare som gärna samåker för att spara pengar
- Användare som tycker der är trevligt att samåkaför att socialisera
- Användare som drivs av poängsättningen och tävlingsmomentet
- Företag som vill få en miljövänligare porfil genom att integrera appen med dess anställda

### Cost Structure



· Publicering av appen på en annan plattform



## Revenue Streams

