Business Model Canvas

Svensk version av Gustaf Josefsson

Företag:

Designer:

Datum:

Iteration:

Partners

Vilka är våra viktiaste partners?
Vilka är våra viktigaste leverantörer?
Vilka nyckelresurser förvärvar vi från partners?
Vilka nyckelaktiviteter genomförs av partners?

Motivation till partnerskap:
Leverans av nyckelaktiviteter
Levereans av nyckelresurser
Optimiering och ekonomi
Minimering av risk och osäkerhet

Nyckelaktiviteter

Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera våra värdeerbjudanden?
Våra kanaler?
Kundrelationer?
Intäktsströmmar?

Kategorier:
Prodution
Problemlösning
Plattform/Nätverk

Nyckelresurser

Vilka nyckelresurser krävs för att leverera våra värdeerbjudanden?
Våra Kanaler?
Kundrelationer?
Intäktsströmmar?

Typ av resurser:
Fysiska
Intellektuella (varumärken, patent, upphovsrätt, data)
Mänskliga
Finansiella

Värdeerbjudande

Vilket värde levererar vi till vår kund?
Vilket av våra kunds problem hjälper vi atill att lösa?
Vilka paketeringar av produkter av tjänster erbjuder vi varje kundsegment?
Vilka kundbehov uppfyller vi?

Kännetecken:
Nyhetsvärde
Prestanda
Skräddarsytt
"Får jobbet gjort"
Design
Brand/Status
Pris
Kostnadsreducering
Riskreducering
Tillgänglighet
Bekvämlighet
Enkelhet

Kundrelationer

Vilka typer av relationer förväntar varje kundsegment att vi skall skapa med dem?
Vilka har vi skapat?
Hur är de integrerade med resten av vår affärsmodell?
Hur kostsamma är de?

Exempel:
Personlig assistans
Dedikerad personlig assistans
Självbetjäning
Automatiserad betjäning
Community
Medskapande

Kanaler

Genom vilka kanaler vill våra kundsegment nås?
Hur nur når vi dem idag?
Hur är våra kanaler integrerade?
Vilka fungerar bäst?
Vilka är mest kostnadseffektiva?
Hur är de integrerade med våra kundrutiner?

Faser:
1. Uppmärksamhet - hur får våra kunder reda på våra produkter och tjänster?
2. Utvärdering - hur hjälper vi kunden att utvärdera vårt värdeerbjudande?
3. Köp - Hur låter vi kunden köpa den produkt eller tjänst de vill ha?
4. Leverans - Hur levererar vi vårt värdeerbjudande?
5. Uppföljning - Hur levererar vi support och bibehåller vår relation?

Kundsegment

För vilka skapar vi värde?
Vilka är våra viktigaste kunder?

Massmarknad
Nischmarknad
Segmenterad
Diversifierad
Plattform

Kostnadsstruktur

Vilka kostnader är de viktigaste kostnaderna som vår affärsmodell kräver?
Vilka nyckelresurser är dyrast?
Vilka nyckelaktiviteter är dyrast?

Är ert företag mer:
Kostnadsdrivet (minimerad kostnadsstruktur, lågt pris, automation, outsourcing)
Värdedrivet (fokuserat på värdeskapande, premium

Typer:
Fasta kostnader (löner, hyra)
Rörliga kostnader

Intäktsströmmar

För vilket värde är våra kunder verkligen villiga att betala?
För vad betalar de idag?
Hur betalar de idag?
Hur skulle de föredra att betala?
Hur mycket bidrar varje intäktsström till totala intäkter?

Typer:
Försäljing av tillgångar
Ansvändningskostand
Prenumerationskostnad
Lån/Hyra/Leasing
Licensiering
Courtage
Annonsering

Fast prissättning:
Fasta priser
Beroende på funktion
Beroende på kundsegment

Dynamisk prissättning:
Förhandling
Beroende på prestation
Beroende på kundens prestation
Realtidsmarknad

www.businessmodelgeneration.com / www.guff.se

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.