

Business Model Canvas

<p>Schlüsselpartner</p> <p>= ein Netzwerk von Partner & Lieferanten aufbauen</p> <p>Strategische Allianzen, Joint Ventures, Käufer-Anbieter-Beziehungen oder strategische Partner.</p>	<p>Schlüsselaktivitäten</p> <p>= wichtigste Handlungen eines Unternehmens</p> <p>Das Schaffen & Unterbreiten eines Wertangebot, das Erreichen der Märkte, den Aufbau & Pflege der Kundenbeziehung.</p>	<p>Wertangebote</p> <p>= Value Innovation / Proposition</p> <p>Paket von echten Kundennutzen, das ein Unternehmen seinen Kunden anbietet.</p> <p>Sortimentsdimension = verschiedene Produkte und Dienstleistungen qualitativer oder quantitativer Natur</p> <p>Mittels Neuheiten-, Leistungsoptimierungen-, Marken-, Design- oder Arbeitserleichterungs-Strategien.</p>	<p>Kundenbeziehungen</p> <p>= alle Arten von Beziehungen</p> <p>Persönliche Unterstützung, Selbstbedienung, automatisierte Dienstleistungen, Communities oder Mitbeteiligung</p>	<p>Kundensegmente</p> <p>= Markt- und Kundensegmente</p> <p>Segmentierung nach Bedürfnissen, nach Verhaltensweisen, nach Merkmalen, nach Finanzkraft oder nach Absatzkanälen</p>
<p>Schlüsselressourcen</p> <p>= vorhandene Mittel</p> <p>Dies kann physischer, finanzieller, intellektueller oder menschlicher Natur sein.</p>		<p>Kanäle</p> <p>= Kundenberührungspunkte (strategische Distribution)</p> <p>Dies beinhaltet alle Kommunikations-, Distributions- und Verkaufskanäle.</p>		
<p>Kostenstruktur</p> <p>= Fixe- und variable Kosten der Leistungserbringung</p> <p>Die beiden extremen Modelle: Kosten- oder Wertorientierte Geschäftsmodelle</p>			<p>Einnahmequellen</p> <p>= Ertrag, Gewinn oder Rentabilität des Geschäftsmodells</p> <p>Aus Verkauf von Wirtschaftsgütern, Nutzungsgebühren, Mitgliederbeiträge, Verleih, Vermietung, Leasing, Lizenzen, Maklergebühren oder Werbung</p>	