

Schlüsselpartner

- » Wer sind unsere Schlüsselpartner?
- » Wer sind unsere Hauptlieferanten?
- » Welche Ressourcen beziehen wir von Partnern?
- » Welche Aktivitäten führen unsere Partner aus?

Hauptaktivitäten

- » Durch welche Aktivitäten erbringen wir unser Wertversprechen?
- » ... unsere Vertriebskanäle?
- » ... unsere Kundenbeziehungen?
- » ... die Einkommensströme?

Wertversprechen

- » Welchen Mehrwert bieten wir den Kunden?
- » Wie erfüllen wir deren Job-to-be-Done?
- » Welche Painpoints / Kundenprobleme lösen wir?
- » Welches Bündel and Produkten / Dienstleistungen bieten wir der Zielgruppe?
- » Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?

Kundenbeziehungen

- » Wie sollen die Beziehungen mit Kundensegmenten angebahnt werden?
- » Welche sind bereits etabliert?
- » Wie sind sie in den Rest des Geschäftsmodells integriert?
- » Wie aufwendig sind Aufbau und Unterhalt?

Kundensegmente

- » Für wen schaffen wir einen überzeugenden Mehrwert?
- » Welche sind unsere wichtigsten Kundensegmente?
- » Massenmärkte, Nischenmärkte, segmentiert, typisiert, multi-sided?

Hauptressourcen

- » Welche Ressourcen benötigen wir zur Erfüllung des Wertversprechens?
- » ... unserer Vertriebskanäle?
- » ... unserer Kundenbeziehungen?
- » ... der Einkommensströme?

Vertriebskanäle

- » Wie wollen Kundensegmente erreicht werden?
- » Wie erreichen wir sie heute?
- » Wie sind Distributionskanäle integriert?
- » Welche sind am erfolgreichsten?
- » Welche sind am kostengünstigsten?
- » Wie integrieren wir Kanäle in den Kaufprozess des Kunden?

Kostenstruktur

- » Was sind die Hauptkosten unseres Geschäftsmodells?
- » Welche Hauptaktivitäten verursachen diese Kosten?
- » Welche Hauptaktivitäten bewirken die höchsten Kosten?

Umsatzströme

- » Für welchen Mehrwert sind unsere Kunden wirklich bereit zu zahlen?
- » Wofür bezahlen sie gegenwärtig?
- » Wie zahlen sie zur Zeit?
- » Wie würden sie bevorzugt zahlen?
- » Wie viel trägt jeder Einzelstrom zum Gesamterlös bei?