

<p>(8) Schlüsselpartner</p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten üben Partner aus? Wer uns unterstützt</p>	<p>(7) Schlüsselaktivitäten</p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertangebote? Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen? Einnahmequellen? Was machen wir?</p>	<p>(2) Wertangebot</p> <p>Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>Eigenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neu • Leistungsstark • Kundengerecht • Arbeitserleichterung • Design • Marke/Status • Preis • Kostengünstig • Risikoarm • Verfügbar 	<p>(4) Kundenbeziehungen</p> <p>Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschiedenen Kunden-Arten von uns? Welche haben wir bereits geschaffen? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p>Beispiele</p> <p>Persönliche Unterstützung Spezielle persönliche Unterstützung Hilfe zur Selbsthilfe Automatisierte Dienstleistungen Communities Kreative Partnerschaft</p>	<p>(1) Kundensegmente</p> <p>Für wen schöpfen wir Wert? Wer sind unsere wichtigsten Kunden? Wem helfen wir?</p> <p>Beispiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Massenmarkt • Nischenmarkt • Ein Marktsegment • Verschiedene Marktsegmente • Vielseitige Plattformen
	<p>(6) Schlüsselressourcen</p> <p>Wichtigste Wirtschaftsgüter, die für das Funktionieren des Geschäftsmodells notwendig sind ...</p> <p>Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere Nutzen-Versprechen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle? • Kunden-Beziehungen? • Einnahmequellen? 		<p>(3) Verbreitungskanäle</p> <p>Über welche Kanäle wollen unsere Kunden-Arten erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie funktionieren diese Kanäle gemeinsam? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig? Wie können wir sie mit typischen Kundenaktivitäten in Berührung bringen?</p>	
<p>(9) Kostenstruktur</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p>		<p>(5) Einnahmequellen / Ertrag</p> <p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben Sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie derzeit? Wie würden sie lieber bezahlen? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p>		