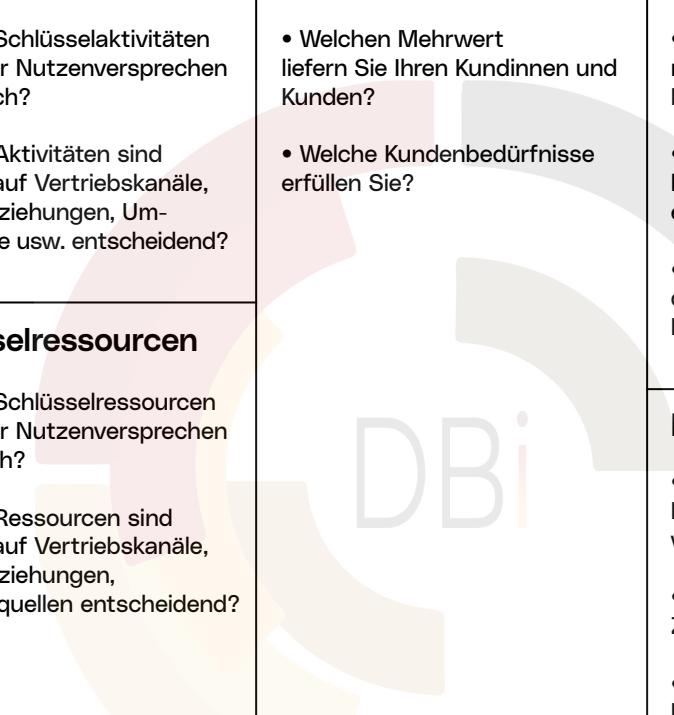


Business Model Canvas



Ausfülltipps

Schlüsselpartner <ul style="list-style-type: none">• Mit welchen Partner- und Lieferunternehmen arbeiten Sie zusammen?• Was sind die Beweggründe für diese Partnerschaften?	Schlüsselaktivitäten <ul style="list-style-type: none">• Welche Schlüsselaktivitäten sind für Ihr Nutzenversprechen unerlässlich?• Welche Aktivitäten sind in Bezug auf Vertriebskanäle, Kundenbeziehungen, Umsatzströme usw. entscheidend?	Nutzenversprechen <ul style="list-style-type: none">• Welchen Mehrwert liefern Sie Ihren Kundinnen und Kunden?• Welche Kundenbedürfnisse erfüllen Sie?	Kundenbeziehung <ul style="list-style-type: none">• Welche Art von Beziehung möchten Sie mit Ihrer Kundschaft aufbauen?• Wie fügt sich die Kundenbeziehung in Ihr Geschäftsmodell ein?• Welche Kosten entstehen durch den Aufbau und die Pflege der Kundenbeziehung?	Kundensegmente <ul style="list-style-type: none">• Für welche Zielgruppen schaffen Sie Mehrwerte?• Wer ist Ihr wichtigster Kundenkreis?
Schlüsselressourcen <ul style="list-style-type: none">• Welche Schlüsselressourcen sind für Ihr Nutzenversprechen erforderlich?• Welche Ressourcen sind in Bezug auf Vertriebskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen entscheidend?	 The DBI logo watermark is a circular graphic with the letters "DBI" in the center. The circle is divided into four quadrants by a diagonal line from top-left to bottom-right. The top-left quadrant is pink, the top-right is light blue, the bottom-left is light orange, and the bottom-right is light green. <ul style="list-style-type: none">• Wie und wo möchte Ihre Kundschaft angesprochen werden?• Welche Kanäle nutzt Ihre Zielgruppe?• Welche Kosten sind mit der Nutzung dieser Kanäle verbunden?			Kanäle <ul style="list-style-type: none">• Wie und wo möchte Ihre Kundschaft angesprochen werden?• Welche Kanäle nutzt Ihre Zielgruppe?• Welche Kosten sind mit der Nutzung dieser Kanäle verbunden?
Kostenstruktur <ul style="list-style-type: none">• Was sind die höchsten Kosten in Ihrem Unternehmen?• Welche Schlüsselressourcen und -aktivitäten sind am teuersten?	Einnahmequellen <ul style="list-style-type: none">• Für welche Produkte oder Services sind Ihre Kundinnen und Kunden bereit zu bezahlen?• Wie sind die Kauf- und Zahlungsgewohnheiten Ihrer Kundschaft?• Wie viel trägt jede Ihrer Einnahmequellen zu den Gesamteinnahmen bei?			