
Schlüsselpartner

Wer sind unsere Schlüsselpartner?
Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?
Welche Schlüsselaktivitäten üben unsere Partner aus?

Schlüsselaktivitäten

Welche Aktivitäten erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle?
Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Schlüsselressourcen

Welche Schlüsselressourcen erfordert unser Nutzenversprechen?
Unsere Distributionskanäle?
Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Nutzenversprechen

Welchen Nutzen verschaffen wir unseren Kunden?
Welche der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen?
Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir in jedem Kundensegment an?
Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?

Eigenschaften
Neuheit
Leistung
Anpassung an Kundenwünsche
Die Aufgabe erledigen
Design
Marke/Stellenwert
Preis
Kostenreduktion
Risikominimierung
Erreichbarkeit
Bequemlichkeit/Anwenderfreundlichkeit

Kundenbeziehungen

Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?
Welche Beziehungen haben wir bereits aufgebaut?
Wie sind sie in unser Geschäftsmodell integriert?
Wie kostenintensiv sind sie?

Marketingkanäle

Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
Wie erreichen wir sie jetzt?
Wie sind unsere Kanäle integriert?
Welche funktionieren am besten?
Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

Kundensegmente

Für wen bieten wir einen Nutzen an?
Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Massenmarkt
Nischenmarkt
Segmentiert
Diversifiziert
Übergreifende Plattformen

Kostenstruktur

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?
Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

Einnahmequellen

Für welchen Nutzen sind unsere Kunden tatsächlich bereit zu zahlen?
Für was zahlen sie aktuell?
Wie zahlen sie aktuell?
Wie würden sie es bevorzugen zu zahlen?
Wieviel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?