











| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| <p>8: PARTNERSCHAFTEN Diese Kompetenzen hast du/ brauchst du </p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Partner hast du, die dich dabei unterstützen dein Geschäftsmodell zu realisieren? • Mit welchen Aufgaben beschäftigen sich diese Partner? • Was ist ihre Motivation für die Partnerschaft? • Welche Partner fehlen dir noch? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lieferant • Produzent • Agentur • Mentor | <p>7: SCHLÜSSELAUFGABEN Deine Aufgaben und die deines Teams </p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie sieht dein Alltag aus? • Was müssen du und dein Team tun, damit das Nutzenversprechen realisiert werden kann? • Auf welchen Aufgaben musst du dich fokussieren? • Was kannst/musst du outsourcen, damit dein Geschäftsmodell funktionieren kann (Buchhaltung, Herstellung von Produkten, etc.)? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktion wird ausgelagert und das Team konzentriert sich auf Vertrieb | <p>2: NUTZENVERSPRECHEN Das ist der (Mehr-)wert deiner Leistung </p> <ul style="list-style-type: none"> • Argumentiere, warum deine Kunden dein Produkt kaufen sollen. • Was ist der Wert deiner Leistung aus Sicht der Kunden? • Welches Problem löst du bei den Kunden mit deinem Produkt/ deiner Dienstleistung? • Was unterscheidet dich von deinen Mitbewerbern? • Was bietet dein Produkt/deine Dienstleistung in jedem deiner Kundensegmente? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preis, Innovation, Zeitersparnis, Lebensqualität, Performance, etc. | <p>4: KUNDENBEZIEHUNGEN So kommunizierst du mit deinen Kunden </p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Beziehung erwarten sich deine Kunden? • Wie langfristig sind diese Beziehungen? • Wie wirst du deine Kunden halten oder betreuen? • Wie baust du deine interne Struktur dafür aus? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal assistance (z.B. Call Center, Point of Sale) • Automated service (Online store) • Community (Verbindung unter den Community Mitgliedern) • Co-creation (z.B. wie z.B. Wikipedia) | <p>1: KUNDENGRUPPEN Diesen Personen und Gruppen hilfst du </p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschreibe deine Kunden/ Zielgruppen und lege die wichtigste(n) Gruppe(n) fest. • Gibt es innerhalb der gleichen Zielgruppe Unterscheidungen? • Gibt es Kundenzielgruppen, die du ausklammerst? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deine Kunden zahlen für unterschiedliche Leistungen und nutzen unterschiedliche Vorteile des Produktes/DL • Deine Zielgruppe sind junge Leute aus der DACH Region zwischen 20-35 Jahre. Sie unterteilen sich in ein zahlendes Segment und eines, das die free Version nutzen möchte (Spotify) |
| <p>6: RESSOURCEN Das hast du und das brauchst du </p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Ressourcen brauchst du, damit dein Geschäftsmodell funktioniert (Personal, Maschinen, Lizenzen, etc.) • Was ist notwendig, damit das Nutzenversprechen realisiert werden kann? • Welche Ressourcen brauchst du für die Kanäle, Kundenbeziehungen, Generierung der Einnahmen? • Über welche Ressourcen verfügst du schon? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dein Büro ist momentan im Keller bei den Eltern und ist kostenlos • Du brauchst einen Programmierer, der eine seltene Programmiersprache beherrscht • Du brauchst eine 100m Lagerfläche | | <p>3: KANÄLE Woher du gekannt wirst und wie du lieferst </p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie erfährt der Kunde von deinem Produkt oder deiner Dienstleistung? • Wie und wo wollen deine Kunden erreicht werden? • Beschreibe, wie die folgende Prozesse ablaufen: <ul style="list-style-type: none"> • Wie wecke ich die Awareness für Produkt/DL? • Wie erreiche ich eine gute Bewertung von dem Produkt/Dienstleistung, damit der Kauf zu Stande kommt? • Um was muss ich mich kümmern, damit der Kauf vom Produkt/Dienstleistung passiert (z.B. Zahlungsmittelanbindung)? • Wie organisiere ich die Lieferung vom Produkt/Dienstleistung? • Wie schaut mein After Sales Prozess aus (z.B. Anfrage über die Bewertung für Produkt/DL)? | | |
| <p>9: KOSTENSTRUKTUR Das gibst du in den verschiedenen Bereichen mindestens und maximal aus </p> <ul style="list-style-type: none"> • In welchen Bereichen liegen deinen größte Ausgaben? • Teile deine Ausgaben nach variablen und fixen Kosten ein. • Wie kannst du Kosten sparen? • Prüfe immer wieder, ob es möglich ist, bei den Kosten der Schlüsselaufgaben und Ressourcen zu sparen. <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variable Kosten: Produzenten, Lieferservice, Werbung, etc. • Fixe Kosten: Gehälter, Büro, etc. | | <p>5: UNTERNEHMENSEINNAHMEN Aus diesen Quellen kommen deine Einnahmen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Wofür zahlen deine Kunden (Arbeitsstunden, Lizenzgebühren, Service, etc.)? • Wie verteilen sich die Einnahmen nach Kundensegment? • Welche sind deine Verdienstmöglichkeiten? <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asset sale (z.B. Amazon verkauft Bücher, FIAT verkauft Autos) • Usage Fee (Hotels bekommen das Geld für die Nutzung der Zimmer) • Lending/Renting/Leasing (Exklusive Rechte für die Nutzung der Assets. z.B. Autoverleih) • Licensing (z.B. Patente) • Brokerage Fee (Kreditkartenfirmen verlangen Prozente für die Zahlung durch ihre Karte) • Advertising (z.B. Events) | | |

In Anlehnung an The Business Model Canvas, Quelle www.businessmodelgeneration.com

 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

