







 <h3>Wertversprechen / Kundennutzen</h3> <p><b>Charakteristika:</b>          Neuheit/Innovation          Differenzierung          Leistung &lt;-&gt; Kundenbedürfnis &lt;-&gt; Nutzen          Design          Marke          Preis/Kosten          Risiko          Verfügbarkeit          ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?</li> <li>- Welchen Nutzen stiften wir?</li> <li>- Welche Probleme lösen wir?</li> <li>- Was bieten wir welchen Schlüsselkunden an?</li> <li>...</li> </ul>	 <h3>Schlüsselaktivitäten</h3> <p><b>Kategorien:</b>          Produktion          Problemlösung          Plattformen/Netzwerke          ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Angebote und Wertversprechen?</li> <li>- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Vertriebskanäle?</li> <li>- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Kundenbeziehungen?</li> <li>- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Ressourcen?</li> <li>- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Einnahmequellen?</li> <li>...</li> </ul>	 <h3>Schlüsselkunden</h3> <p><b>Beispiele:</b>          Märkte (Massen, Nischen)          Marktsegmente          Organisationen          Personen          Plattformen          ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wer sind unsere Schlüsselkunden/-organisationen?</li> <li>- Für wen oder was schaffen wir Kundennutzen / Werte?</li> <li>- Wer sind unsere Schlüsselkunden/-personen?</li> <li>...</li> </ul>	 <h3>Schlüsselpartner</h3> <p><b>Motivation für Partnerschaft:</b>          Optimierung der Wirtschaftlichkeit          Minimierung von Risiken und Ungewissheiten          Erwerben best. Ressourcen/Kompetenzen/Aktivitäten          ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wer sind unsere strategischen Schlüsselpartner?</li> <li>- Wer sind unsere wichtigsten Lieferanten?</li> <li>- Welche Ressourcen erhalten wir von unseren Partnern?</li> <li>- Welche Aktivitäten unterhalten wir mit unseren Partnern?</li> <li>...</li> </ul>	 <h3>Kundenbeziehungen</h3> <p><b>Beispiele:</b>          Persönliche Betreuung          Self-Service          Digitale/automatisierte Beziehung          Gemeinschaften          Mitwirkung          ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Art von Beziehungen führen wir mit den verschiedenen Kundensegmenten?</li> <li>- Welche Rolle spielen die Beziehungen im Geschäftsmodell?</li> <li>- Welche Kosten entstehen durch den Unterhalt der Kundenbeziehung?</li> <li>...</li> </ul>
	 <h3>Schlüsselressourcen</h3> <p><b>Ressourcenarten:</b>          Physisch          Wissen/Informationen/Daten          Netzwerke, Beziehungen          Marken, Patente          Finanziell          Menschlich</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welches sind unsere Schlüsselressourcen?</li> <li>- Welche Ressourcen erfordern unsere Angebote?</li> <li>- Welche Ressourcen erfordern unsere Kanäle?</li> <li>- Welche Ressourcen erfordern unsere Kundenbeziehungen?</li> <li>...</li> </ul>		 <h3>Vertriebskanäle</h3> <p><b>Phasen:</b>          1. Wie generieren wir Aufmerksamkeit?          2. Wie helfen wir Kunden unsere Leistungen zu (be-)werten?          3. Wie gestalten wir den Verkaufsprozess?          4. Wie entsteht der Mehrwert beim Kunden?          5. Wie unterstützen wir den Kunden nach dem Kauf bzw. nach der Nutzung?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Über welche Kanäle erreichen wir unsere Kunden?</li> <li>- Wie sind die Kanäle im Geschäftsmodell integriert?</li> <li>- Wie effektiv und effizient sind unsere Kanäle?</li> <li>...</li> </ul>	
 <h3>Kostenstruktur</h3> <p><b>Beispiele:</b>          Fix-Kosten          Variable Kosten          Mengen-/Verbundvorteile/Modulare Strukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Welchen sind die bedeutendsten Kostenkomponenten?</li> <li>- Welche Ressourcen und Prozesse sind mit welchen Kosten verbunden?</li> <li>- Welche Leistungen/Aktivitäten sind wie kostenintensiv?</li> <li>- Ist das Geschäftsmodell vorwiegend kostenorientiert? (Niedrigpreisstrategie, max. Automatisierung, Outsourcing, etc.)</li> <li>- Ist das Geschäftsmodell vorwiegend wertorientiert? (Fokus auf Wertschöpfung, Hochpreisstrategie, etc.)</li> <li>...</li> </ul>		 <h3>Einnahmequellen</h3> <p><b>Typen:</b>          Verkauf, Gebühr, Verleih, Leasing, Lizenzen, Werbung, ...          Listenpreise, massgeschneiderte Preisgestaltung, mengenabhängig Preise, dynamische Preise...          Preisverhandlungen, Ertragsmanagement, Echtzeitmarktwert, ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie ist die Zahlungsbereitschaft der Schlüsselkunden?</li> <li>- Welchen Anteil haben die verschiedenen Quellen am Gesamtumsatz?</li> <li>- Welche Leistungen stehen welchen Einnahmen gegenüber?</li> <li>- Wie werden Leistungen bezahlt?</li> <li>...</li> </ul>		