

<p>Keskeiset kumppanit</p> <p>Keitä ovat tärkeimmät toimittajamme? Keitä ovat tärkeimmät kumppanimme? Mitä resursseja saamme heiltä? Mitä ydintoimintoja kumppanimme hoitavat?</p> <p>KUMPPANIEIN MOTIVAATTORIT</p> <p>Optimointi ja taloudellinen motivaatio Riskien ja epävarmuuden vähentäminen Resurssien ja ydintoimintojen tuotanto</p>	<p>Keskeiset ydintoiminnot</p> <p>Mitä ydintoimintoja arvolupauksemme vaatii? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p> <p>LUOKAT</p> <p>Tuotanto Ongelmanratkaisu Alusta Yhteistyöverkosto</p>	<p>Arvolupaus</p> <p>Mitä arvoa tuotamme asiakkaalle? Mitä asiakkaan ongelmia ratkaisemme? Millaisia asiakastarpeita tyydytämme? Millaisia tuote- ja palveluyhdistelmiä tarjoamme kullekin asiakasryhmälle?</p> <p>OMINAISSUUKSIA</p> <p>Uutuusarvo Suorituskyky Brändi/Design Mukautettavuus Ongelmanratkaisu Kustannussäästö Riskien hallinta Saavutettavuus Mukavuus/käytettävyys</p>	<p>Asiakassuhteet</p> <p>Millaista suhdetta kukin asiakasryhmä meiltä odottaa? Millainen suhde on jo olemassa? Miten olemassaolevat suhteet liittyvät uuteen liiketoimintamalliin? Mitä suhteiden ylläpito maksaa?</p> <p>ESIMERKKEJÄ</p> <p>Henkilökohtainen palvelu (nimetty/yleinen) Itsepalvelu Räätälöity Automatisoitu palvelu Yhteisöt Yhteistoiminta/osallistaminen</p> <p>Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p>	<p>Asiakassegmentit</p> <p>Kenelle tuotamme arvoa? Keitä ovat tärkeimmät asiakkaamme?</p> <p>LUOKITTELUJA</p> <p>Massamarkkinat Niche Segmentointi Laajentuminen Monisuuntaiset alustat (esim. ebay, über...)</p>
	<p>Keskeiset resurssit</p> <p>Mitä ydinresursseja arvolupauksemme vaatii? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii</p> <p>RESURSSILUOKKIA</p> <p>Fyysiset materiaalit Ihmiset Taloudelliset Henkinen pääoma (IP, data...)</p>		<p>Kanavat</p> <p>Miten arvolupaus toimitetaan asiakkaalle? Miten kanavat muuttuvat asiakkuuden elinkaaren eri vaiheissa:</p> <p>KANAVAN VAIHEET</p> <ol style="list-style-type: none"> TUNNETTUUS – kuinka asiakas tulee tietoiseksi yrityksestämme ARVIOINTI – miten asiakas voi arvioida arvolupaustamme HANKINTA – miten asiakas ostaa meiltä tuotteita/palveluita TOIMITUS – miten toimitamme asiakkaalle arvolupauksen <p>Miten tavoitamme? Miten kanavat toimivat yhdessä? Mitkä toimivat parhaiten? Mitkä ovat kustannustehokkaimpia?</p>	

<p>Kustannusrakenne</p> <p>Mitkä ovat merkittävimmät kulumme? Mitkä resurssit ovat kalleimpia? Mitkä ydin toiminnot ovat kalleimpia?</p> <p>MIHIN LIKETOIMINTAMALLIIN TOIMINTA PERUSTUU</p> <p>Kustannustehokas Erottautumiseen pohjautuva</p> <p>HUOMIOITAVAA</p> <p>Kiinteät kulut Muuttuvat kulut</p>	<p>Tulovirrat</p> <p>Mistä asiakkaamme ovat valmiita maksamaan? Mistä he tällä hetkellä maksavat? Miten he maksavat nyt? Miten he haluaisivat maksaa? Mikä on yksittäisen tulovirran merkitys kokonaisliikevaihdolle?</p> <p>TULOTYYPIT</p> <p>Myynti Käyttö Tilaus Vuokra/leasing Lisensointi Välityspalkkio</p> <p>HINNOITTELUKALLI</p> <p>Kiinteä Dynaaminen Huutokauppa/neuvottelu Kiinteän hinnoittelun variaatiot Listahinta Tuoteominaisuuksiin perustuva Asiakasryhmään perustuva Määrään perustuva</p>
---	--