

Erbjudandet

Det företaget erbjuder:

- Kundens behov, ev. nya behov
- Bättre prestanda för kunden
- Kundenpassning direkt mot kunden

Företaget behöver undersöka:

- Vilket värde levereras till kunden?
- Vilka av kundernas problem blir lösta?
- Vilka behov tillgodoses?
- Vad ingår i erbjudandet?
- Vilka fördelar har erbjudandet gentemot konkurrenter?

I.U. LINNÉUNIVERSITET


Kundsegment - vem ska köpa?

Kundsegmentet

- De mest sannolika köparna
- Dem vars behov som avses tillfredsställas,
- Eller vars problem som avses lösas

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Kundrelationer




Företaget bör undersöka:

- Vilken typ av relation ska företaget ha med kunden
- Hur hittar företaget kunder?
- Hur behåller kunderna?
- Hur ökas lönsamheten på respektive kund?

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Kanaler




Företaget bör undersöka:

- Hur ska företaget kommunicera med kunderna?
- Hur ska utbytet ske?
 - Utbyte = köp
- Var ska utbytet ske?

- Kommunikation med kunder
- Leverans till kunderna

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Nyckelaktiviteter



Aktiviteterna för att:


- skapa ett värdeerbjudande
- nå marknader
- bibehålla kundrelationer
- generera intäkter

Företaget bör undersöka:

- Vilka aktiviteter, interna och externa måste göras för att åstadkomma allt?
- Vilka är företagets kärnaktiviteter och vad kan outsourcas?

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Nyckelresurser




De viktigaste resurserna för modellen:


- Enligt RBV kan dessa delas in i *fysiska, finansiella, intellektuella och mänskliga*

Företaget bör undersöka:

- Vad behövs, resurser och tillgångar, för att få affärsidén att fungera?
- Exempel på grupper av resurser: fysiska, finansiella, intellektuella, mänskliga
- Vilka resurser finns i organisationen och vilka saknas?



Nyckelpartnerskap




Nätverket av leverantörer och partners som får modellen att fungera ("värdenätverket")


- Typer av partnerskap
- Strategiska allianser mellan icke konkurrerande organisationer
- *Coopetition* - strategiska partnerskap mellan konkurrerande organisationer
- *Joint ventures* för att utveckla nya idéer
- *Buyer-supplier relationships* för att försäkra sig om leverans av råvara och komponenter

Företaget bör undersöka:

- Vad är kärnverksamhet och vad är inte kärnverksamhet?
- Vad i värdekedjan ska företaget utföra och vad bör köpas från andra?





Intäktsflöden



- Intäkter som genereras från varje kund
- Transaktionsintäkter vs. återkommande intäkter

Företaget behöver undersöka:

- Kundvärde
- Vilka intäktsflöden finns?
- Vilken typ av intäkter?






Kostnadsstruktur

✓ Samtliga källor för kostnader i företaget

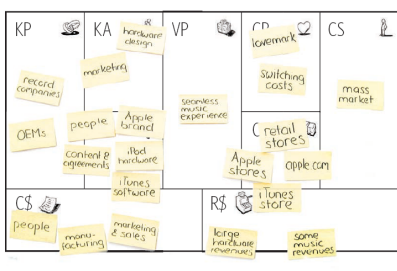
Företaget bör undersöka:


- ✓ Var genereras kostnader?
- ✓ Typ av kostnader?
- ✓ Är det möjligt att effektivisera?



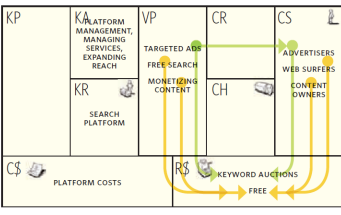



Exempel: Apple

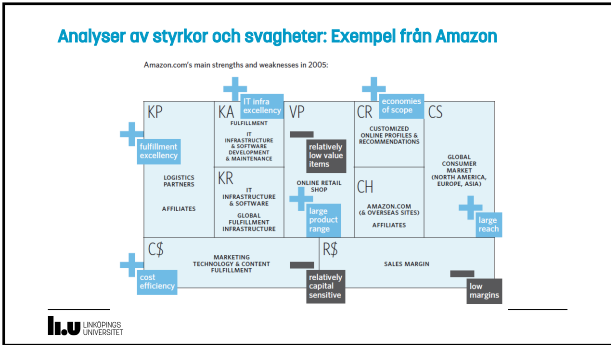




Exempel på en affärsmodell där produkten är gratis: Google









Saker att fundera på och tips

Leta efter genomgående teman

- Vad skapar företagets konkurrenskraft?

Försök att skapa en berättelse kring företaget

- Hur började det hela och hur tar man sig vidare

Använd inte bara text när ni bygger upp er canvas:

- Använd bilder, symboler, pilar etc.

Film om Business Model Canvas: <https://youtu.be/0oA0zMTLP5s>

Source: I.I.U. LINNÉUNIVERSITET
