

Übergeordnetes Modell:

Untergeordnetes Modell:

Business Model Alignment Canvas

Schlüsselpartner



Führen Sie Beteiligte auf, die uns versorgen entweder 1) mit Schlüsselressourcen versorgen oder 2) eine Schlüsselaktivität für uns ausüben.

Führen Sie Beteiligte auf, die Sie entweder 1) mit Schlüsselressourcen versorgen oder die 2) eine Schlüsselaktivität für Sie ausüben.

Schlüsselaktivitäten



Beschreiben Sie wesentliche fortlaufende Tätigkeiten, die unser(e) Wertangebot(e) schaffen, kommunizieren, die deren Bewertung ermöglichen, die sie verkaufen, vermitteln oder unterstützen.

Beschreiben Sie wesentliche fortlaufende Tätigkeiten, durch die Sie unser(e) Wertangebot(e) schaffen, kommunizieren, die deren Bewertung ermöglichen, die sie verkaufen, vermitteln oder unterstützen.

Schlüsselressourcen



Führen Sie die wichtigsten Ressourcen auf (personell, finanziell, intellektuell, physisch), die wir benötigen, um unser(e) Wertangebot(e) zu schaffen, zu kommunizieren, zu verkaufen, zu vermitteln und zu unterstützen.

Führen Sie die wichtigsten Ressourcen auf (personell, finanziell, intellektuell, physisch), über die Sie verfügen, um das/die Wertangebot(e) des Teams zu schaffen, zu kommunizieren, zu verkaufen, zu vermitteln und zu unterstützen.

Wertangebote



Beschreiben Sie Kundenprobleme, die wir lösen (zu erledigende Aufgaben), Vorteile, die wir bieten, und/oder Kundenwünsche, die wir erfüllen. Benennen Sie die Dienstleistungen/Namen.

Beschreiben Sie Kundenprobleme, die Sie lösen (zu erledigende Aufgaben), Vorteile, die Sie bieten, und/oder Kundenwünsche, die Sie erfüllen.

Kundenbeziehungen



Beschreiben Sie die Art von Beziehung, die wir haben, um 1) eine Nachkaufbetreuung zu gewährleisten und 2) dem Kunden weitere Angebote zu vermitteln.

Beschreiben Sie die Art von Beziehung, die Sie haben, um 1) eine Nachkaufbetreuung zu gewährleisten und 2) dem Kunden weitere Angebote zu vermitteln.

Kanäle



Führen Sie wichtige Berührungspunkte mit potenziellen Kunden auf, die 1) Aufmerksamkeit erzeugen, 2) eine Beurteilung auslösen, 3) den Kauf ermöglichen und 4) Wert vermitteln.

Führen Sie wichtige Berührungspunkte mit potenziellen Kunden auf, an denen Sie 1) Aufmerksamkeit erzeugen, 2) eine Beurteilung auslösen, 3) den Kauf ermöglichen und 4) Wert vermitteln.

Kundensegmente



Führen Sie der Reihe nach die wichtigsten Kundensegmente auf, denen wir Wert vermitteln.

Führen Sie der Reihe nach die wichtigsten internen oder externen Kundensegmente auf, denen Sie Wert vermitteln.

Kostenstruktur



Führen Sie die größten Kosten für Schlüsselressourcen, Schlüsselaktivitäten und Schlüsselpartner auf.

Führen Sie die größten Kosten auf (finanziell, emotional, sozial, finanziell etc.), die durch Ihre Arbeit entstehen.

Einnahmequellen



Beschreiben Sie die speziellen Einkünfte und/oder Gewinne, die durch jedes Kundensegment erzielt werden.

Beschreiben Sie Einkünfte oder Gewinne (finanziell, emotional, sozial, personell etc.), die Sie durch Kunden erzielen.