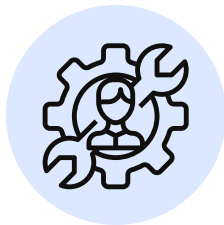


BUSINESS MODEL CANVAS

KLUCZOWI
PARTNERZY



KLUCZOWE
AKTYWNOŚCI



PROPOZYCJA
WARTOŚCI



RELACJE
Z KLIENTAMI



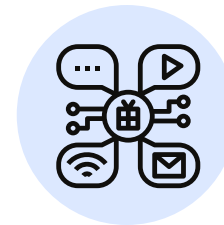
SEGMENTY
KLIENTÓW



KLUCZOWE
ZASOBY



KANAŁY
DOTARCIA



STRUKTURA KOSZÓW



STRUMIENIE DOCHODÓW



BUSINESS MODEL CANVAS

8

KLUCZOWI PARTNERZY

- Kim są nasi najważniejsi partnerzy biznesowi?
- Których dostawców możemy uznać za kluczowych?
- Jakie najważniejsze zasoby pozyskujemy od partnerów?
- Jakich partnerów będziemy potrzebować w przyszłości?

7

KLUCZOWE AKTYWNOŚCI

- Jakie aktywności są kluczowe, by móc dawać klientom wartość?
- Jakich aktywności wymagają nasze kanały dystrybucji, relacje z klientami i strumienie przychodów?

2

PROPOZYCJA WARTOŚCI

- Jakie problemy rozwiązuje nasz produkt albo usługa?
- Jakie potrzeby zaspokajamy?
- Jaką wartość dajemy naszym klientom?
- Jak wygląda zbiór naszych produktów i usług dla każdego segmentu klientów?

4

RELACJE Z KLIENTAMI

- Jakiego rodzaju relacji oczekują od nas klienci?
- W jaki sposób będziemy rozwijać te relacje?
- Ile nas to kosztuje?

1

SEGMENTY KLIENTÓW

- Kim są nasi kluczowi klienci?
- Dla kogo tworzymy wartość?

6

KLUCZOWE ZASOBY

- Jakie mamy zasoby?
- Jakich zasobów potrzebujemy, by dawać wartość naszym klientom?
- Jakich zasobów wymagają nasze kanały dystrybucji, relacje z klientami i strumienie przychodów?

3

KANAŁY DOTARCIA

- Jakie kanały są kluczowe podczas nawiązywania kontaktów z poszczególnymi segmentami klientów?
- Czy są one ze sobą zintegrowane?
- Które z nich sprawdzają się najlepiej?

9

STRUKTURA KOSZÓW

- Za jakie produkty, usługi są w stanie zapłacić Twoi klienci?
- W jaki sposób dokonują płatności?
- Jak duży jest udział poszczególnych strumieni przychodów w ogólnych przychodach?

5

STRUMIENIE PRZYCHODÓW

- Za jakie produkty, usługi są w stanie zapłacić Twoi klienci?
- W jaki sposób dokonują płatności?
- Jak duży jest udział poszczególnych strumieni przychodów w ogólnych przychodach?

BUSINESS MODEL CANVAS

