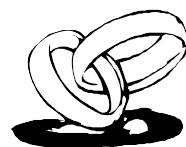


Põhipartnerid



Kes on meie põhipartnerid?
Kes on meie põhitarnijad?
Milliseid põhiressursse me oma partneritelt saame?
Millised põhitegevused on meie partnerite kanda?

Motivatsioon partnerluseks: nt optimeerimine, riskide vähendamine, teatud ressurside saamine

Põhitegevused



Millised põhitegevused on vajalikud meie väärtuspakkumiste jaoks?
Müügikanalite jaoks?
Kliendisuhete jaoks?
Tuluallikate jaoks?

Kategooriad nt tootmine probleemide lahendamine

Väärtuspakkumised



Mis väärtust klient meilt saab?
Millist kliendi probleemi me lahendada aitame?
Mis tooteid ja teenuseid me igale kliendisegmendile pakume?
Milliseid klientide vajadusi me täidame?

Omadused: nt bränd, hind

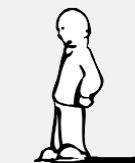
Kliendisuhted



Millise suhte loomist ja hoidmist erinevad kliendisegmendid meilt ootavad?
Millised on suhted, mille juba loonud olemine?
Kuidas need meie ülejäänud ärimudelisse integreeruvad?
Kui kulukad need on?

Näited: personaalne abi, iseteenindus

Kliendisegmendid



Kellele me väärtust loome?
Kes on meie tähtsaimad kliendid?

Näited: massitururg nišitururg

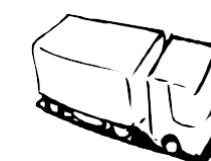
Põhiressursid



Millised põhiressursid on vajalikud meie väärtuspakkumiste jaoks?
Müügikanalite jaoks?
Kliendisuhete jaoks?
Tuluallikate jaoks?

Ressursitüübid: nt füüsilised, intellektuaalsed, raha

Kanalid



Mis on need kanalid, mille kaudu meie kliendisegmendid soovivad, et me nendeni jõuaksime?
Kuidas me praegu nendeni jõuame?
Kuidas on meie kanalid integreeritud?
Millised kanalid kõige paremini toimivad?
Millised on kõige kuluefektiivsemad?
Kuidas me need kliendiharjumustesse integreerime?

Kanalite faasid: 1. teadlikkus: Kuidas me tõstame inimeste teadlikkust meie ettevõtte toodete ja teenuste kohta? 2. hindamine: Kuidas me aitame klientidel oma ettevõtte väärtuspakkumist hinnata? 3. ostmine: Kuidas kliendid meie tooteid ja teenuseid osta saavad? 4. realiseerimine: Kuidas me oma väärtuspakkumise realiseerime? 5. ostujärgne tugi: Kuidas me pakume ostujärgset kliendituge?

Kulustruktuur

Mis on meie ärimudeliga kaasnevad kõige tähtsamad kulud?
Millised põhiressursid on kõige kulukamad?
Millised põhitegevused on kõige kulukamad?

Kas teie ettevõtte on rohkem kuludele suunatud (kulude kontrolli all hoidmine, maksimaalne automatiseeritus, ulatuslik allhange) või väärtusele suunatud (rõhk väärtuse loomisel, väga head väärtuspakkumised)?



Tuluallikad

Mis väärtuse eest on kliendid tõesti nõus maksma? Mille eest nad praegu maksavad?
Kuidas nad praegu maksavad? Millist maksamise viisi nad eelistaksid?
Kui suur on iga tuluallika osakaal kogutuluses?

Lüügid: nt litsentsid, maakleritasud, reklaam
Fikseeritud hind: nt jaemüük
Dünaamiline hind: nt läbirääkimised

