

Platno poslovnog modela

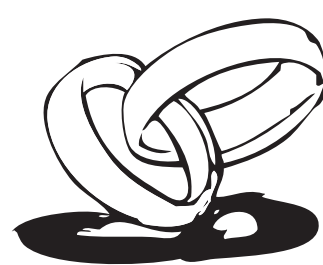
Kreirano za:

Kreirao:

Datum

Verzija

Ključni partneri



Tko su naši ključni partneri?
Tko su naši ključni dobavljači?
Koje ključne resurse dobavljamo preko partnera?
Koje ključne aktivnosti obavljaju partneri?

Motivacija za partnerstva

Optimizacija i ekonomija veličine/dosega
Smanjivanje rizika i neizvjesnosti
Nabava osobitih resursa i aktivnosti

Ključne aktivnosti



Koje ključne aktivnosti zahtijeva naša ponuda vrijednosti?
Naši kanali distribucije? Odnosi s kupcima?
Izvori prihoda?

Kategorije

Proizvodnja
Rješavanje problema
Platforma/mreža

Ponuda vrijednosti

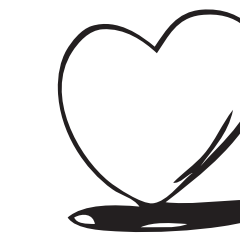


Koju vrijednost isporučujemo kupcu?
Koji problem kupca pomažemo riješiti?
Koji paket proizvoda i usluga nudimo pojedinom segmentu kupaca?
Koje potrebe kupaca zadovoljavamo?

Obilježja

Novina
Izvedba
Prilagodba
„Obavljanje posla“
Dizajn
Brand/status
Cijena
Smanjenje troškova
Smanjenje rizika
Pristupačnost
Pogodnost/upotrebljivost

Odnosi s kupcima

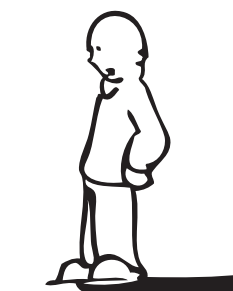


Kakav odnos svaki od naših segmenata kupaca očekuje da uspostavimo i održavamo?
Koje odnose smo uspostavili?
Kako su oni integrirani u ostatak našeg poslovnog modela?
Ko liko su to odnosi skupi?

Primjeri

Osobno usluživanje
Posvećeno osobno usluživanje
Samoposluživanje
Automatizirane usluge
Zajednice
Sukreiranje

Segmenti kupaca



Za koga stvaramo vrijednost?
Tko su naši najvažniji kupci?

Masovno tržište
Tržišna niša
Segmentirano tržište
Diversificirano tržište
Višestruke platforme

Ključni resursi

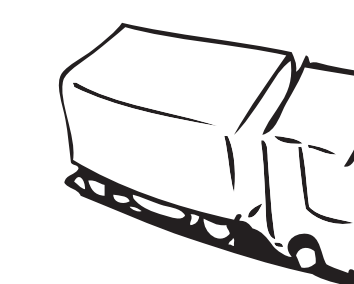


Koje ključne resurse zahtijeva naša ponuda vrijednosti?
Naši kanali distribucije? Odnosi s kupcima?
Izvori prihoda?

Vrste resursa

Fizički
Intelektualni (patenti, prava, podatci)
Ljudski
Financijski

Kanali



Putem kojih kanala naši segmenti kupaca žele biti zahvaćeni?
Kako ih sad zahvaćamo?
Kako su naši kanali integrirani?
Koji su najbolji?
Koji su najisplativiji?
Kako ih uključamo u rutine kupaca?

Faze kanala

1. Svjesnost
Kako povećavamo svjesnost o našim proizvodima i uslugama?
2. Evaluacija
Kako pomažemo kupcima evaluirati našu ponudu vrijednosti?
3. Kupnja
Kako kupcima omogućujemo kupovinu pojedinih proizvoda i usluga?
4. Isporuka
Kako kupcima isporučujemo ponudu vrijednosti?
5. Post-prodaja
Kako osiguravamo post-prodajnu podršku?

Struktura troškova

Koji su najvažniji troškovi, neodvojivi od našeg poslovnog modela?
Koji ključni resursi su najskuplji?
Koje ključne aktivnosti su najskuplje?

Je li naš posao više...

Pokretan troškovima („lean“ troškovna struktura, ponuda vrijednosti niske cijene, maksimalna automatizacija, opsežan „outsourcing“)
Pokretan vrijednostima (fokus na stvaranje vrijednosti, izvanredna ponuda vrijednosti)

Primjeri

Fiksni troškovi (plaće, najamnine, komunalne usluge)
Varijabilni troškovi
Ekonomije veličine
Ekonomije djelokruga

Izvori prihoda

Koju su vrijednost naši kupci zaista spremni platiti?
Za što trenutno plaćaju?
Na koji način trenutno plaćaju?
Kako bi najradije plaćali?
Ko liko svaki izvor prihoda doprinosi sveukupnim prihodima?

Vrste

Prodaja imovine
Naknada za korištenje
Pretpлата
Kreditiranje/iznajmljivanje/leasing
Licenciranje
Naknada za posredovanje
Oglašavanje

Fiksne cijene

Cjenik
Ovisno o značajkama proizvoda
Ovisno o segmentu kupaca
Ovisno o količini

Dinamične cijene

Pregovaranje (cjenkanje)
Upravljanje prinosom
Prilagodavanje tržištu u realnom vremenu (Real-time-Market)