

BUSINESS MODEL CANVAS

Nach Abschluss des GSC könnt ihr das am weitesten verbreitete Tool für die Geschäftsmodellierung, den Business Model Canvas (BMC) von Osterwalder und Pigneur (2010), anwenden. Die im GSC erstellten Informationen können nun in die entsprechenden neun Blöcke des BMC übertragen werden. Der Vorteil der Übertragung von GSC-Informationen auf das traditionelle BMC ist, dass es einen klaren und umfassenden Überblick über das Geschäftsmodell in einem einzigen visuellen Format bietet.

DER BUSINESS MODEL CANVAS

WICHTIGE PARTNER

Wer sind unsere wichtigsten Partner?

SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN

Welche Schlüsselaktivitäten ist für unser Wertversprechen erforderlich?

WERTEVERSPRECHEN

Welchen Wert liefern wir dem Kunden?

KUNDENBEZIEHUNGEN

Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns, um eine Beziehung zu ihnen aufzubauen und zu pflegen?

KUNDENSEGMENTE

Für wen schaffen wir Werte?

WICHTIGE RESSOURCEN

Welche Schlüsselressourcen ist für unser Wertversprechen erforderlich?

KANÄLE

Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?

KOSTENSTRUKTUR

Welches sind die wichtigsten Kosten, die mit unserem Geschäftsmodell verbunden sind?

EINNAHMEQUELLEN

Welchen Wert sind unsere Kunden wirklich bereit zu zahlen?