





<p>KUMPPANIT</p> <p>Keitä ovat tärkeimmät toimittajamme? Keitä ovat tärkeimmät kumppanimme? Mitä resursseja saamme heiltä? Mitä ydintoimintoja kumppanimme hoitavat?</p> <p>KUMPPANIENT MOTIVAATTORIT Optimointi ja taloudellinen motivaatio Riskien ja epävarmuuden vähentäminen Resurssien ja ydintoimintojen tuotanto</p>	<p>YDINTOIMINNOT</p> <p>Mitä ydintoimintoja arvolutupauksemme edellyttää ? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p> <p>LUOKKA Tuotanto Ongelmanratkaisu Alusta Yhteistyöverkosto</p>	<p>ARVOLUPAUS</p> <p>Mitä arvoa tuotamme asiakkaalle? Mitä asiakkaan ongelmia ratkaisemme? Millaisia asiakastarpeita tyydytämme? Millaisia tuote- ja palveluyhdistelmiä tarjoamme kullekin asiakasryhmälle?</p> <p>OMINAISUUKSIA Uutuusarvo Suorituskyky Brändi/Design Mukautettavuus Ongelmanratkaisu Kustannussäästö Hallinta Saavutettavuus Mukavuus/käytettävyys</p>	<p>ASIAKASSUHDE</p> <p>Millaista suhdetta kukin asiakasryhmä meiltä odottaa? Millainen suhde on jo olemassa? Miten olemassaolevat suhteet liittyvät uuteen liiketoimintamalliin? Mitä suhteiden ylläpito maksaa?</p> <p>ESIMERKKEJÄ Henkilökohtainen palvelu (nimetty/yleinen) Itsepalvelu Räätälöity Automatisoitu palvelu Yhteisöt Yhteistoiminta/osallistaminen</p> <p>Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p>	<p>ASIAKASRYHMÄT</p> <p>Kenelle tuotamme arvoa? Keitä ovat tärkeimmät asiakkaamme?</p> <p>LUOKITTELUJA Massamarkkinat Niche Segmentit Laajentuminen Monisuuntaiset alustat (esim. ebay, über...)</p>
	<p>RESURSSIT</p> <p>Mitä ydinresursseja arvolutupauksemme vaatii? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p> <p>RESURSSILUOKKIA Fyysiset materiaalit Ihmiset Taloudelliset Henkinen pääoma (IP, data...)</p>		<p>KANAVAT</p> <p>Miten arvolutupaus toimitetaan asiakkaalle? Miten kanavat muuttuvat asiakkuuden elinkaaren eri vaiheissa:</p> <p>KANAVAN VAIHEET</p> <ol style="list-style-type: none"> Tunnettuus – kuinka asiakas tulee tietoiseksi yrityksestämme Arviointi – miten asiakas voi arvioida arvolutupauksemme Hankinta – miten asiakas ostaa meiltä tuotteita/palveluita Toimitus – miten toimitamme asiakkaalle arvolutupauksen <p>Miten tavoitamme asiakkaat? Miten kanavat toimivat yhdessä? Mitkä toimivat parhaiten? Mitkä ovat kustannustehokkaimpia?</p>	
<p>KULURAKENNE</p> <p>Mitkä ovat merkittävimmät kulumme? Mitkä resurssit ovat kalleimpia? Mitkä ydinprosessit ovat kalleimpia?</p> <p>MIHIN ETUUN TOIMINTA PERUSTUU? Kustannusjohtajuus Errotautuminen?</p> <p>HUOMIOI Kiinteät kulut Muuttuvat kulut</p>		<p>TULOVIRRAT</p> <p>Mistä asiakkaamme ovat valmiita maksamaan? Mistä he tällä hetkellä maksavat? Miten he maksavat nyt? Miten he haluaisivat maksaa?</p> <p>Mikä on tulovirran tyyppi? Mikä on hinnoittelumalli?</p> <p>Mikä on yksittäisen tulovirran merkitys kokonaisliikevaihdolle? Millä edellytyksillä tulovirrat ylittävät kustannukset (milloin break-even tapahtuu)?</p> <p>TULOTYYPI Myynti Käyttö Tilaus Vuokra/leasing Lisensointi Välityspalkkio Mainonta Affiliate marketing</p> <p>HINNOITTELMALLI Kiinteä Dynaaminen Huutokauppa/neuvottelu Kiinteän hinnoittelun variaatiot Listahinta Tuoteominaisuuksiin perustuva Asiakasryhmään perustuva Määrään perustuva</p>		

ASIAKAS:

SUUNNITTELIJA:

PVM:

VERSIO:

KUMPPANIT 	YDINTOIMINNOT	ARVOLUPAUS 	ASIAKASSUHDE	ASIAKASRYHMÄT 
	RESURSSIT		KANAVAT	
KULURAKENNE 		TULOVIR RAT 		

ASIAKAS:

SUUNNITTELIJA:

PVM:

VERSIO: