










# SC5 BUSINESS MODEL CANVAS

<p><b>KUMPPANIT</b> </p> <p>Keitä ovat tärkeimmät toimittajamme? Keitä ovat tärkeimmät kumppanimme? Mitä resursseja saamme heiltä? Mitä ydintoimintoja kumppanimme hoitavat?</p> <p><b>KUMPPANIEIEN MOTIVAATTORIT</b> Optimointi ja taloudellinen motivaatio Riskien ja epävarmuuden vähentäminen Resurssien ja ydintoimintojen tuotanto</p>	<p><b>YDINTOIMINNOT</b> </p> <p>Mitä ydintoimintoja arvolutpauksemme vaatii? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p> <p><b>LUOKKA</b> Tuotanto Ongelmanratkaisu Alusta Yhteistyöverkosto</p>	<p><b>ARVOLUPAUS</b> </p> <p>Mitä arvoa tuotamme asiakkaalle? Mitä asiakkaan ongelmia ratkaisemme? Millaisia asiakastarpeita tyydytämme? Millaisia tuote- ja palveluyhdistelmiä tarjoamme kullekin asiakasryhmälle?</p> <p><b>OMINAISUUKSIA</b> Uutuusarvo Suorituskyky Brändi/Design Mukautettavuus Ongelmanratkaisu Kustannussäästö Riskien hallinta Saavutettavuus Mukavuus/käytettävyys</p>	<p><b>ASIAKASSUHDE</b> </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><b>ESIMERKKEJÄ</b> 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><b>ASIAKASRYHMÄT</b> </p> <p>Kenelle tuotamme arvoa? Keitä ovat tärkeimmät asiakkaamme?</p> <p><b>LUOKITTELUJA</b> Massamarkkinat Niche Segmentointi Laajentuminen Monisuuntaiset alustat (esim. ebay, über...)</p>
	<p><b>RESURSSIT</b> </p> <p>Mitä ydinresursseja arvolutpauksemme vaatii? Mitä jakelukanavamme vaativat? Mitä asiakassuhteiden hoito vaatii? Mitä ansaintamallimme vaatii?</p> <p><b>RESURSSILUOKKIA</b> Fyysiset materiaalit Ihmiset Taloudelliset Henkinen pääoma (IP, data...)</p>		<p><b>KANAVAT</b> </p> <p>Miten arvolutpaukset toimitetaan asiakkaalle? Miten kanavat muuttuvat asiakkuuden elinkaaren eri vaiheissa:</p> <p><b>KANAVAN VAIHEET</b> 1. TUNNETTUUS – kuinka asiakas tulee tietoiseksi yrityksestämme 2. ARVIOINTI – miten asiakas voi arvioida arvolutpauksemme 3. HANKINTA – miten asiakas ostaa meiltä tuotteita/palveluita 4. TOIMITUS – miten toimitamme asiakkaalle arvolutpauksen</p> <p>Miten tavoitamme? Miten kanavat toimivat yhdessä? Mitkä toimivat parhaiten? Mitkä ovat kustannustehokkaimpia?</p>	
<p><b>KULURAKENNE</b> </p> <p>Mitkä ovat merkittävimmät kulumme? Mitkä resurssit ovat kalleimpia? Mitkä ydinprosessit ovat kalleimpia?</p> <p><b>MIHIN LIIKETOIMINTAMALLIIN TOIMINTA PERUSTUU</b> Kustannusjohtaja Erottautumiseen pohjautuva</p> <p><b>HUOMIOITAVAA</b> Kiinteät kulut Muuttuvat kulut</p>		<p><b>TULOVIRRAT</b> </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 kokonais liikevaihdolle?</p> <p><b>TULOTYYPIT</b> Myynti Käyttö Tilaus Vuokra/leasing Lisensointi Välityspalkkio Mainostus/affiliate marketing</p> <p><b>HINNOITTELMALLI</b> Kiinteä Dynaaminen Huutokauppa/neuvottelu</p> <p>Kiinteän hinnoittelun variaatiot Listahinta Tuoteominaisuuksiin perustuva Asiakasryhmään perustuva Määrään perustuva</p>		

ASIAKAS:










SUUNNITTELIJA:

PVM:

VERSIO:



# SC5 BUSINESS MODEL CANVAS

KUMPPANIT 	YDINTOIMINNOT 	ARVOLUPAUS 	ASIAKASSUHDE 	ASIAKASRYHMÄT 
	RESURSSIT 		KANAVAT 	
KULURAKENNE 			TULOVIR RAT 	

ASIAKAS:

SUUNNITTELIJA:

PVM:

VERSIO: