

Key partners

- Wat zijn onze key partners?
- Welke key resources worden verkregen bij partners?
- Welke kernactiviteiten worden door partners uitgevoerd?
- Wie zijn onze belangrijkste leveranciers?

Kernactiviteiten

- Wat zijn de belangrijkste activiteiten om de waardepropositie te bewerkstelligen?

Key resources

- Wat zijn de belangrijkste bedrijfsmiddelen om de waardepropositie te bewerkstelligen?
- Welke fysieke-, intellectuele-, menselijke- en financiële middelen zijn er nodig?

Waardeproposities

- Welke belofte doe je aan klanten?
- Welke soorten klantwaarde zijn verweven in de waardepropositie?
- Op welke productniveaus wordt er waarde gecreëerd?
- Wat zijn de unieke elementen uit de waardepropositie?
- Wat is de intrinsieke waarde van het aanbod?
- Welke elementen uit de waardepropositie zijn voor specifieke klantsegmenten?

Klantrelaties

- Hoe worden relaties met klanten gelegd en onderhouden?
- Welk soort klantrelatie is voor ieder klantsegment gewenst?
- Is de relatie transsectioneel of relationeel?
- Hoe duur zijn de klantrelaties?
- In welke mate zijn de relaties geïntegreerd in de rest van ons businessmodel?

Kanalen

- Via welke kanalen staan we in contact met klanten?
- In welke mate zijn de kanalen geïntegreerd?
- Welke kanalen werken het best?
- Welke kanalen zijn het meest kostenefficiënt?

Klantsegmenten

- Voor wie creëer je waarde?
- Wie zijn je belangrijkste klanten?
- Hoe zien de klanten en gebruikers eruit? (Persona/story)
- Welke klanttypes zijn er te onderscheiden? (Klanttype piramide)
- Wat is de geschatte omvang van ieder klantsegment?

Kostenstructuur

- Hoe ziet de kostenstructuur eruit?
- Wat zijn de meest belangrijke kostenposten in het businessmodel?
- Wat zijn de duurste key resources?
- Wat zijn de duurste kernactiviteiten?

Inkomstenstromen

- Welke inkomstenstromen zijn er?
- Welke prijs betaalt de klant voor het aanbod?
- Welke prijsstrategie wordt er gehanteerd?
- Hoeveel draagt iedere inkomstenstroom bij aan het totale inkomen?