

Checkliste: «Die neun Bausteine des Geschäftsmodells»

Anhand der nachfolgenden Fragen können Sie Ihr Geschäftsmodell beschreiben und Potenziale ermitteln.

Bausteine	Fragen
1. Kundensegmente Das Zielpublikum für die Produkte und Dienstleistungen Ihres Unternehmens.	<input type="checkbox"/> Für wen generieren wir Wert? <input type="checkbox"/> Wer sind unsere wichtigsten Kundinnen und Kunden? <input type="checkbox"/> Welche Kundensegmente unterscheiden wir?
2. Nutzen/Angebot Die Produkte und Dienstleistungen, die Ihr Unternehmen anbietet.	<input type="checkbox"/> Was liefern wir den Kunden? <input type="checkbox"/> Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir? <input type="checkbox"/> Welche Herausforderung unserer Kunden helfen wir zu lösen? <input type="checkbox"/> Welches Produkt- und Dienstleistungsbündel offerieren wir jedem Kundensegment?
3. Kanäle Die Mittel, mit denen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen an den Kunden bringen.	<input type="checkbox"/> Durch welche Kanäle erreichen wir unsere Kundensegmente? <input type="checkbox"/> Welche Kanäle funktionieren am besten? <input type="checkbox"/> Welche sind am rentabelsten? <input type="checkbox"/> Wie stellen wir sicher, dass Kunden unsere Kanäle einfach benutzen können?
4. Kundenbeziehungen Die Verbindungen, die Sie zu Ihren Kundinnen und Kunden aufbauen und pflegen.	<input type="checkbox"/> Welche Art von Beziehungen erwartet jedes unserer Kundensegmente? <input type="checkbox"/> Welche haben wir bereits aufgebaut? <input type="checkbox"/> Wie sind sie mit dem Rest unseres Geschäftsmodells integriert? <input type="checkbox"/> Wie teuer sind der Aufbau und Unterhalt?
5. Ertrag Die Art und Weise, wie Ihr Unternehmen durch verschiedene Einkommenszuflüsse Geld generiert.	<input type="checkbox"/> Welchen Betrag wollen unsere Kunden wirklich zahlen? <input type="checkbox"/> Für was zahlen sie zurzeit? <input type="checkbox"/> Wie zahlen sie zurzeit? <input type="checkbox"/> Wie würden sie am liebsten zahlen? <input type="checkbox"/> Wie viel trägt jeder Einkommensstrom zum ganzen Einkommen bei?
6. Schlüsselressourcen Die Ressourcen, die nötig sind, um Wert für Ihre Kunden zu kreieren.	<input type="checkbox"/> Welche Hauptressourcen erfordert unser Produkt- und Dienstangebot? <input type="checkbox"/> Welches sind unsere Vertriebskanäle, Kundenbeziehungen, Einkommensströme?
7. Schlüsseltätigkeit Die Aktivitäten, die erforderlich sind, um Ihre Leistungen am Markt zu erbringen.	<input type="checkbox"/> Welche Haupttätigkeiten erfordert unser Produkt- und Dienstangebot? <input type="checkbox"/> Welche Aktivitäten erfordern unsere Vertriebskanäle? <input type="checkbox"/> Welche Aktivitäten erfordert die Pflege der Kundenbeziehungen? <input type="checkbox"/> Welche Aktivitäten stehen mit welchen Einkommensströmen in Verbindung?
8. Schlüsselpartner Die Geschäftsverbindungen, die für Ihre Leistungen unabdingbar sind oder diese ergänzen.	<input type="checkbox"/> Wer sind unsere Hauptpartner? <input type="checkbox"/> Wer sind unsere Hauptlieferanten? <input type="checkbox"/> Welche Hauptressourcen erwerben wir von Partnern? <input type="checkbox"/> Welche Haupttätigkeiten führen Partner aus?
9. Kostenstruktur Die Kosten, die anfallen, um Ihre Leistungen zu erbringen.	<input type="checkbox"/> Welches sind die wichtigsten Kosten unseres Geschäftsmodells? <input type="checkbox"/> Welche Hauptressourcen sind am teuersten? <input type="checkbox"/> Welche Haupttätigkeiten sind am teuersten?

ku – Führung von Kleinunternehmen

Herausgegeben von PostFinance in Zusammenarbeit mit KMU-HSG