





 <p><b>Schlüssel-partnerschaften</b></p> <p>Lieferanten, externe Dienstleistungen Multiplikatoren, ... Who can help?</p>	 <p><b>Schlüssel-aktivitäten</b></p> <p>Die relevanten strukturierten Prozesse zur Leistungserstellung und Sicherstellung der Geschäftsprozesse</p>	 <p><b>Werteangebot Nutzen</b></p> <p>Echter Mehrwert für die Zielgruppe (Valueproposition)</p> <p>für jedes Segment für jede Zielgruppe ein spezifisches Nutzenversprechen</p>	 <p><b>Kund*innen-beziehung</b></p> <p>Auf welche Art und Weise erfolgt Kundenansprache, Kundenbindung</p>	 <p><b>Kund*innen (-segmente)</b></p> <p>Zielgruppe Kundengruppe einfache Nutzer*innen/zahlende Kunden*innen</p> <p>Buyer Persona</p>
 <p><b>Kostenstruktur</b></p> <p>Welche Kosten entstehen, diese Prozesse sicherzustellen, welche Kostenstrukturen ergeben sich dadurch</p>	 <p><b>Ertragsmodelle</b></p> <p>Welche Einnahmenflüsse, Einnahmequellen gibt es, sind zu entwickeln Preisstruktur</p>			