



Studium EN312 – Innovasjon og studentbedrift

Forretningsmodell

Kunnskapsparken Vestland AS

Roger Ulvestad

**“Forretningsmodellen skal være
ein logisk skildring av korleis du
skapar, leverar og kaprar verdier
i foretaket ditt”**

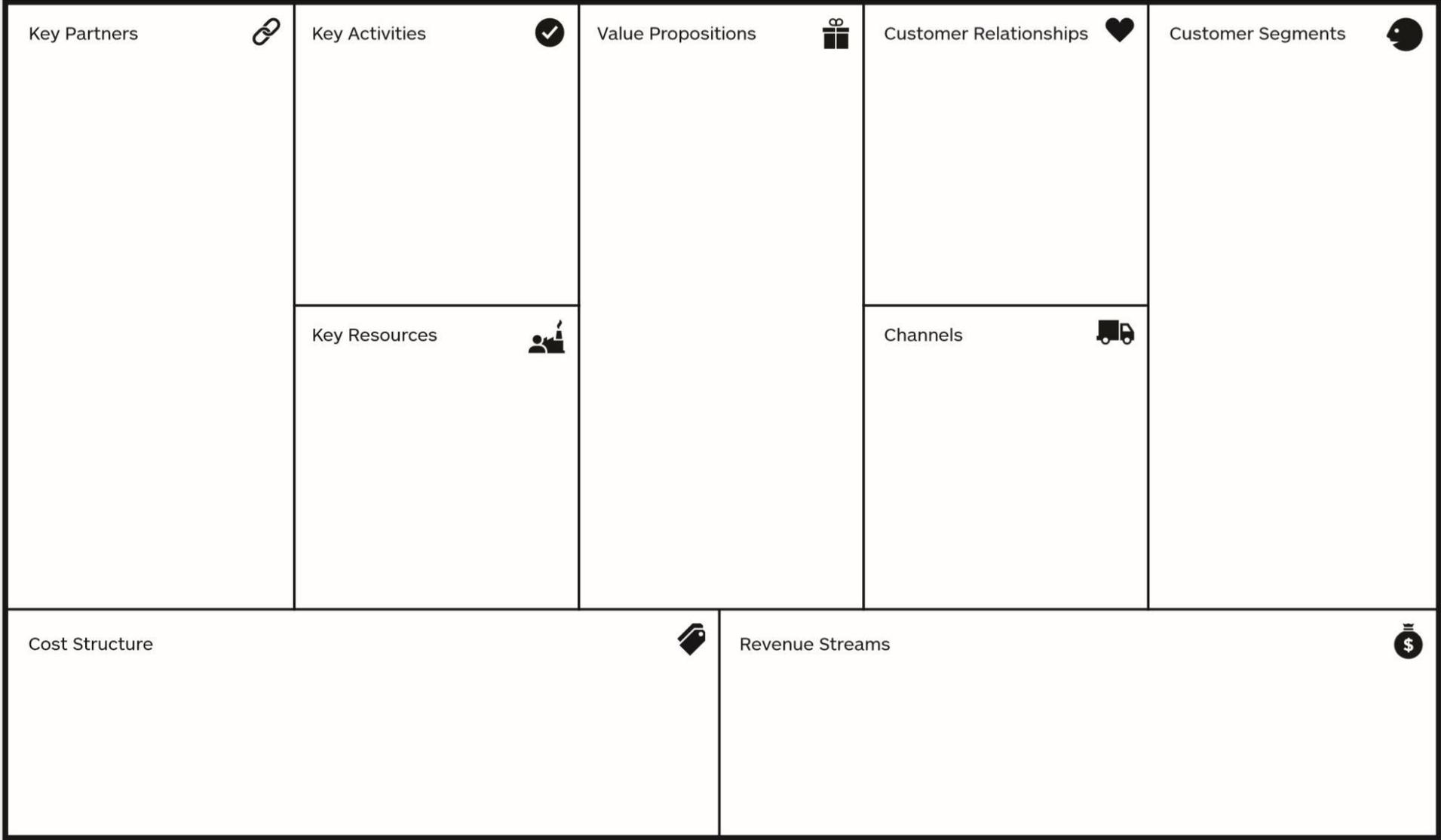
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Key Partnerships 

Key Activities 

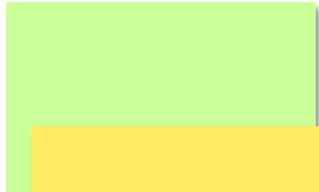
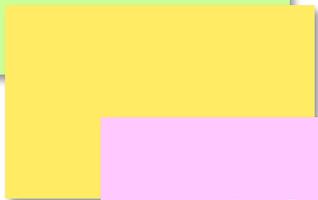
Key Resources 

Value Propositions 

Customer Relationships 

Channels 

Customer Segments 


Cost Structure 

Revenue Streams 



Business Model Canvas
er eit visuelt rammeverk
som kan hjelpe med å
fokusere tankar,
analysere,
kommunisere og
samarbeide



Forretningsideen
skal gi oss svar på;

Kva problem skal du løyse
(behov)?



Kven har dette problemet
(kunde/målgruppe)?



Kva skal du selje
(produkt/teneste)?

Mal: formulering forretningsidé

Vi skal hjelpe X med Y ved å / ved hjelp hjelp av Z

X= kunden

Y= problem/utfordring

Z =produkt/teneste med egenskaper.

Eks: Vi skal hjelpe ***slitne småbarnsforeldre*** med å gjennomføre ***knirkefrie kvardagsmiddager*** ved å ***levere sunn mat og enkle oppskrifter på døra.***

Understanding the Job

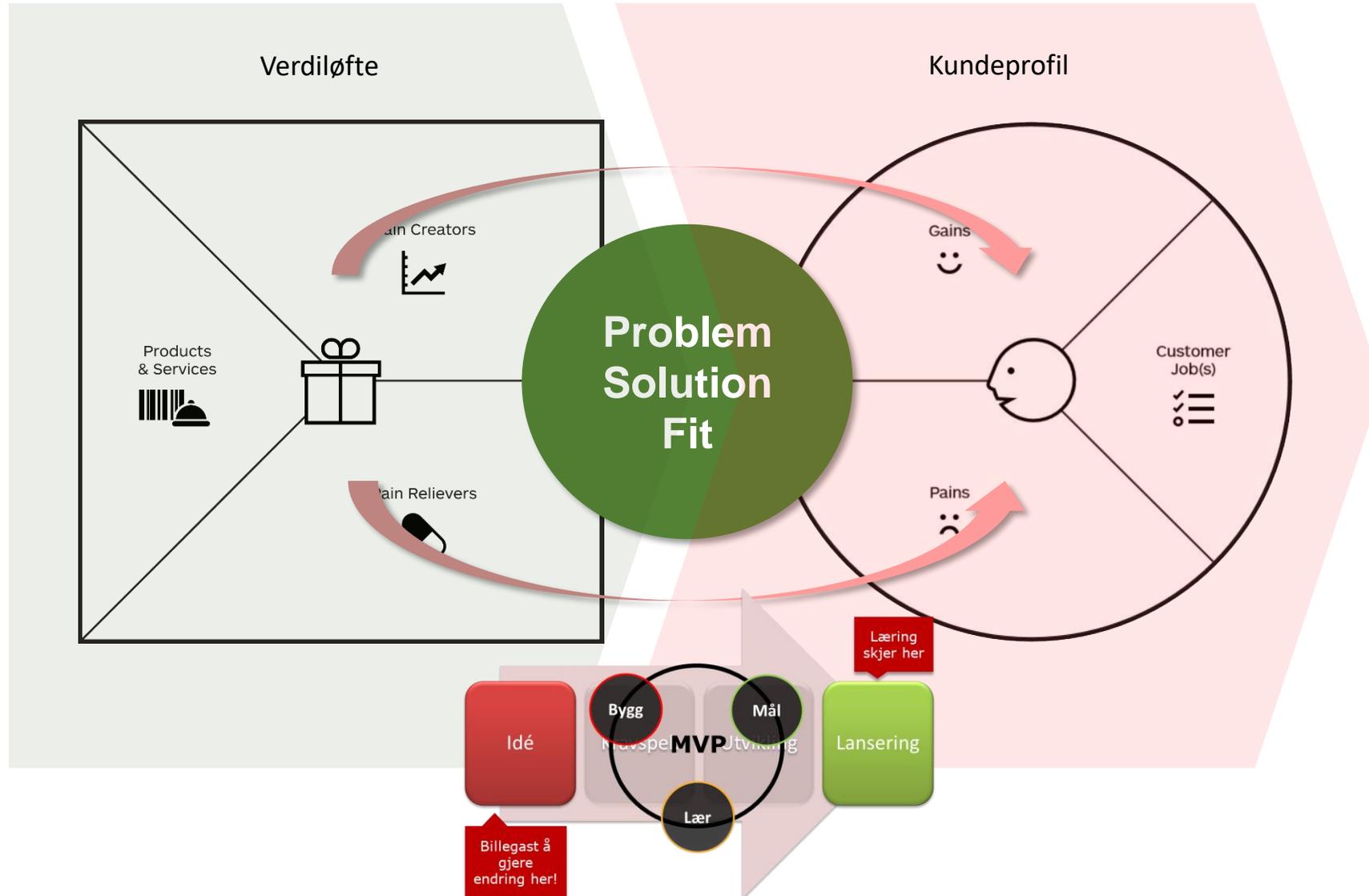
Kunden har en **jobb** å gjøre
og vil ha det beste
produktet eller tjenesten
for å få den gjort best mulig

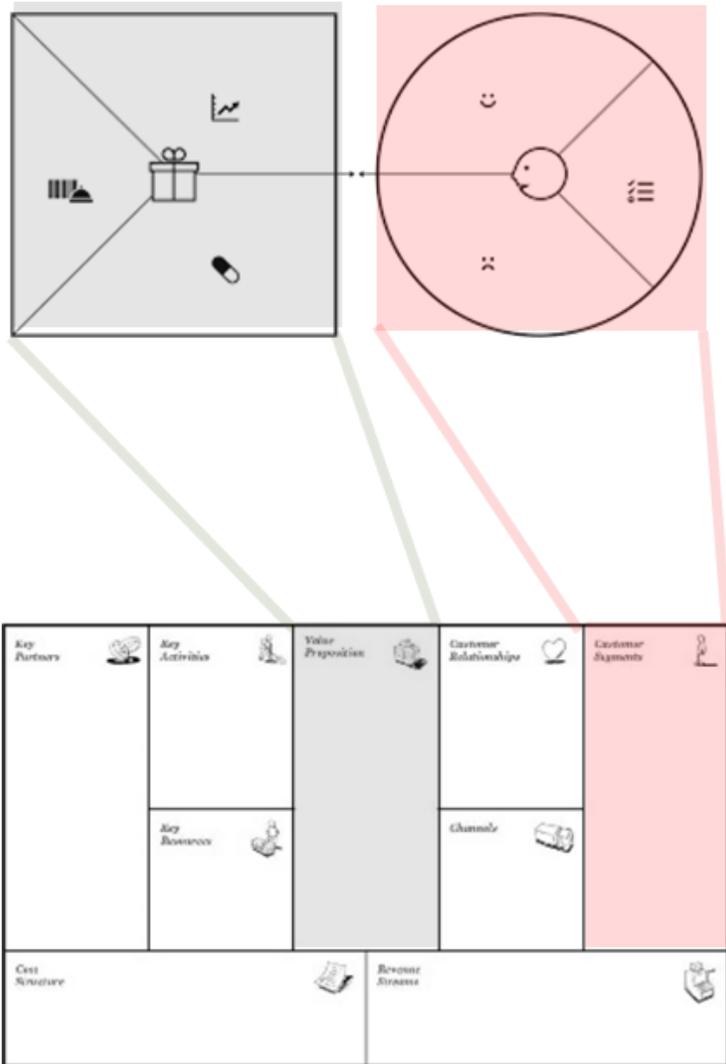
<https://www.youtube.com/watch?v=sfGtw2C95Ms>



Clayton Christensen: Professor i økonomi og ledelse ved
Harvard Business School.

Value Proposition Canvas

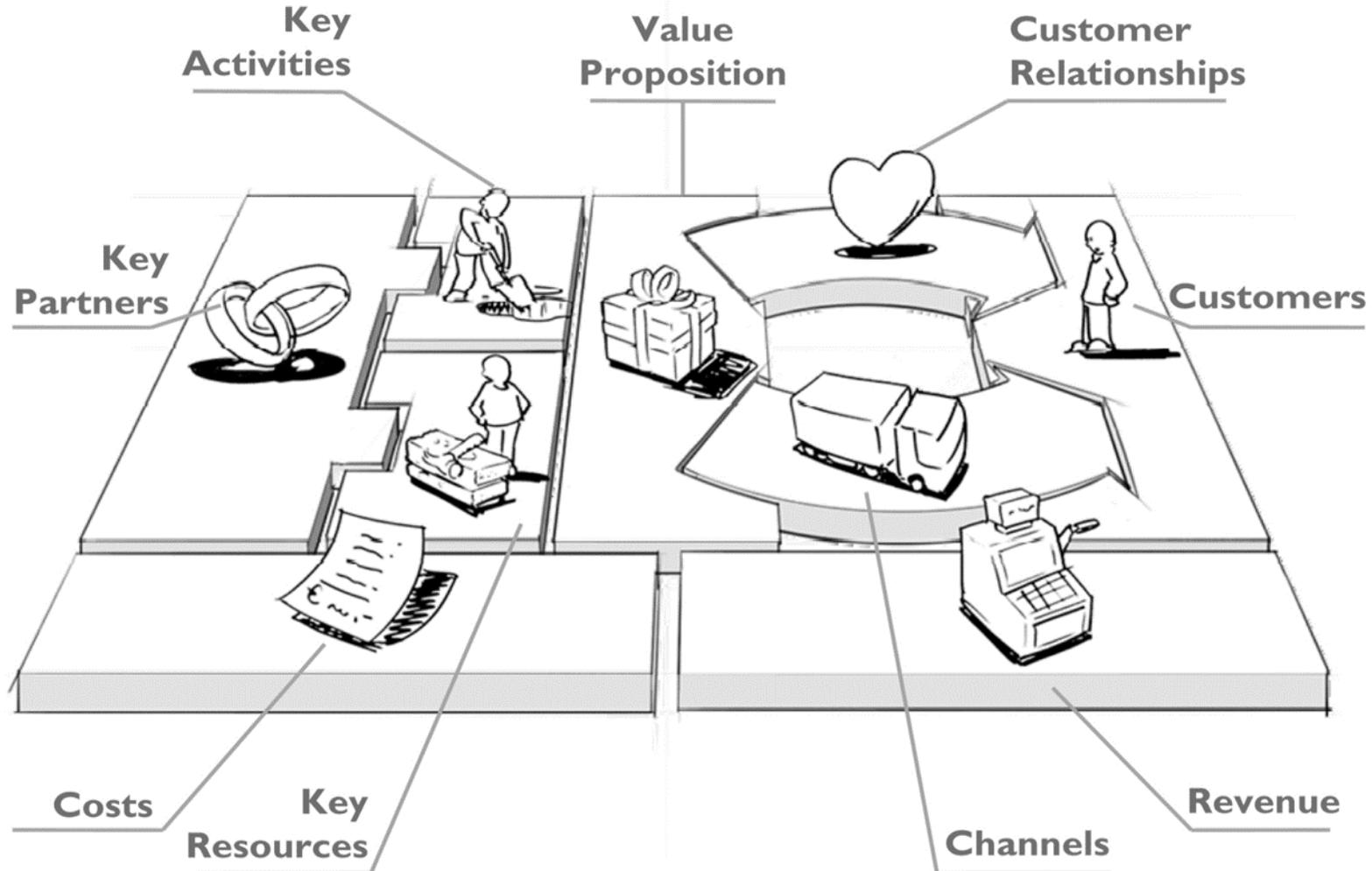




Value Proposition Canvas hjelper deg å skape verdi for *kunden*

Business Model Canvas hjelper deg å skape verdi for *di bedrift*

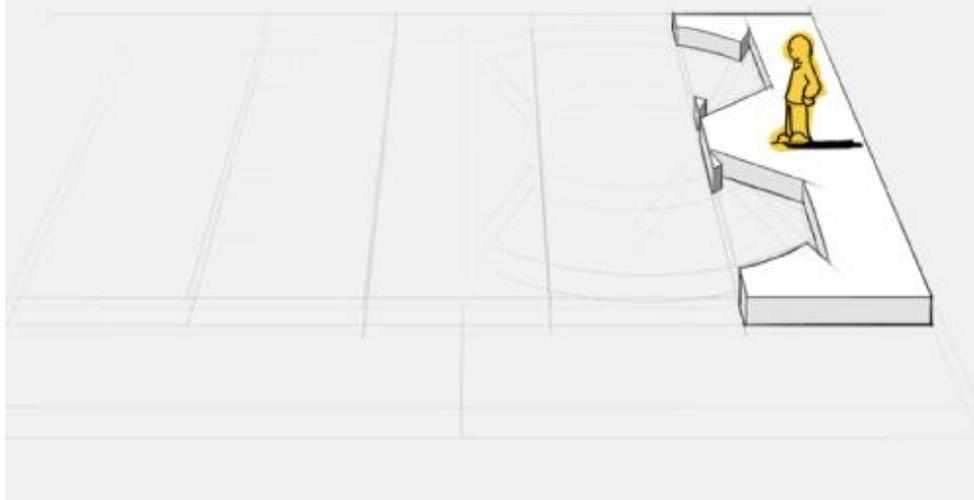
9 forhåndsdefinerte byggeklossar



drawings by JAM

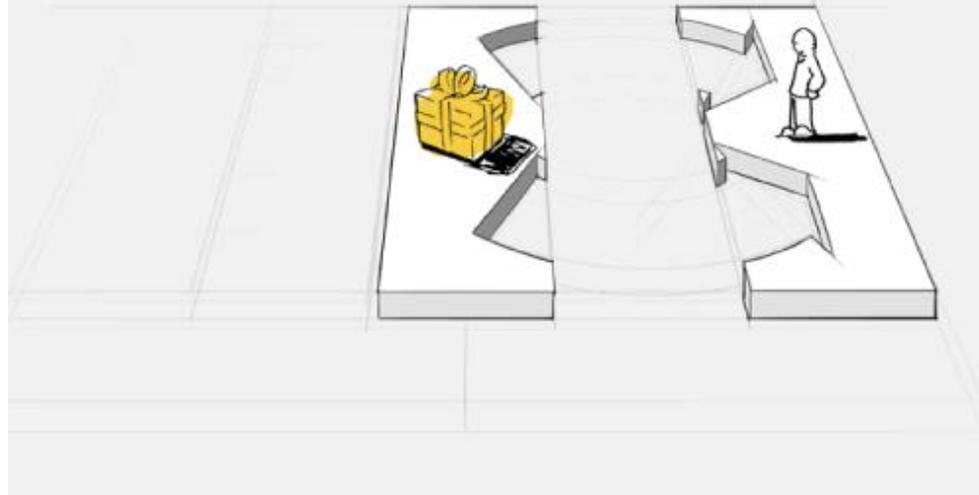
Kundesegment

- 1 Kundesegment beskriv kven det er ditt foretak skal dekke behov hos/skape verdier for.



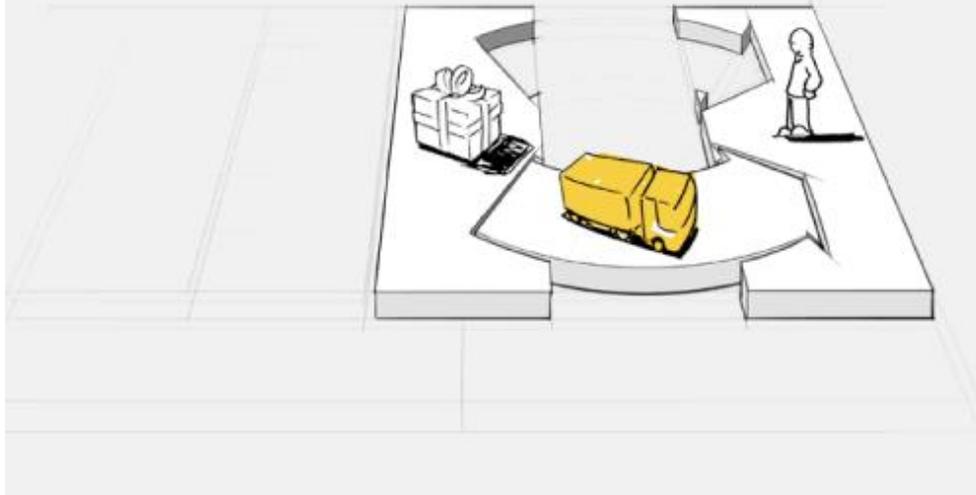
Verdiløfte/Kundeløfte

- 2 Verdiløftet definerer kva slags verdier du skal levere til kundane dine – kva behov du skal dekkje



Kanalar

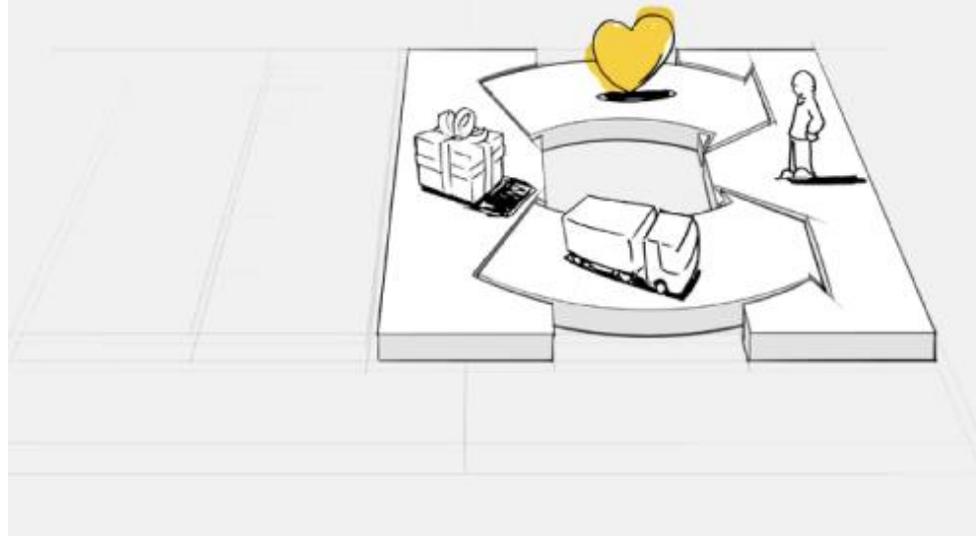
3 Kanaler er gjennom kor ditt foretak leverar verdi til kundane.



Kunderelasjonar

4

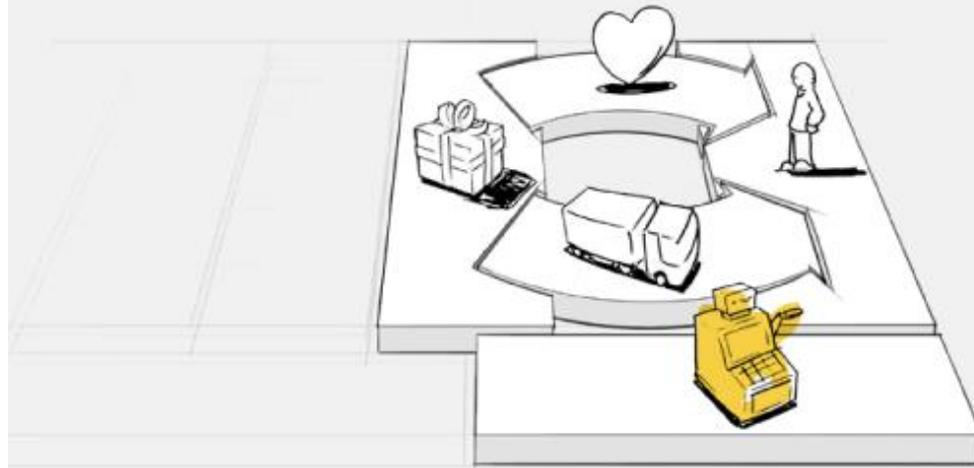
Kunderelasjonar beskriv kva type relasjon du har til dine kundesegment.



Inntekter

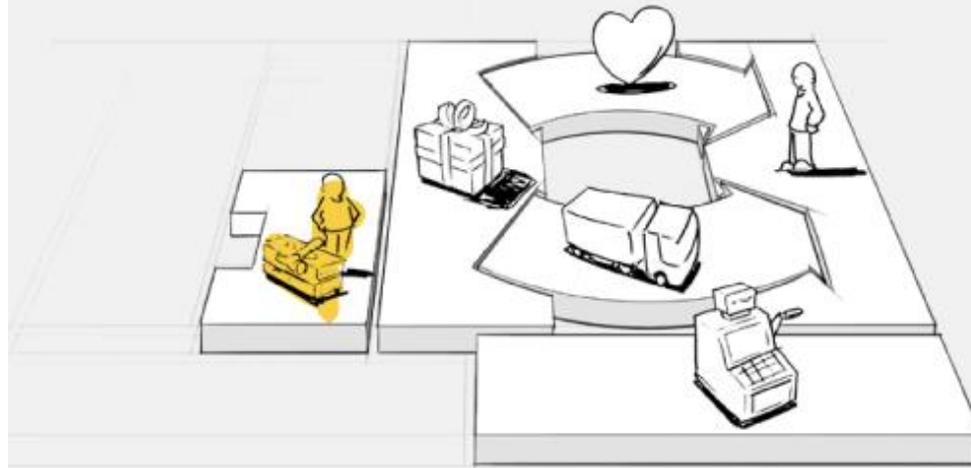
5

Korleis tek bedrifta seg betalt?



Nøkkelressursar

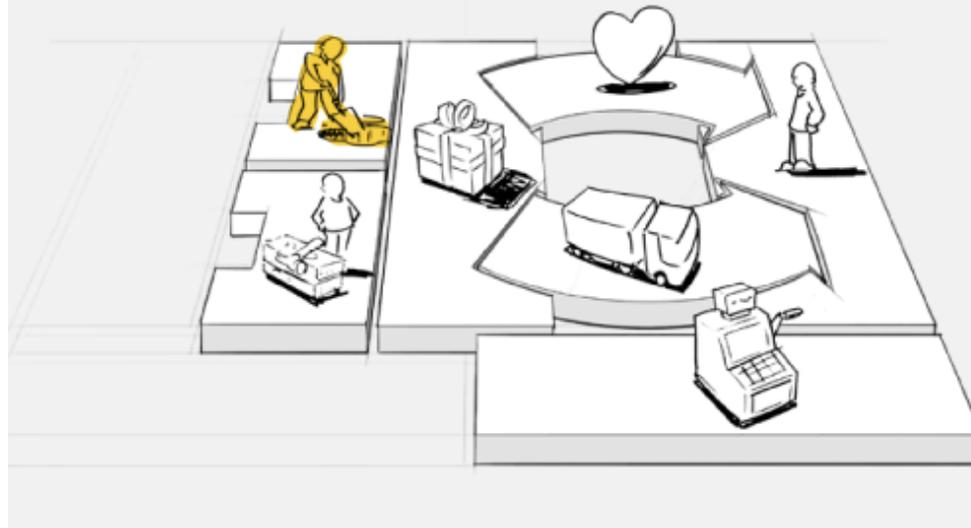
- 6 Nøkkelressursar er dei ressursane som krevst for å kunne oppfylle kundeløftet



Kjerneaktivitetar

7

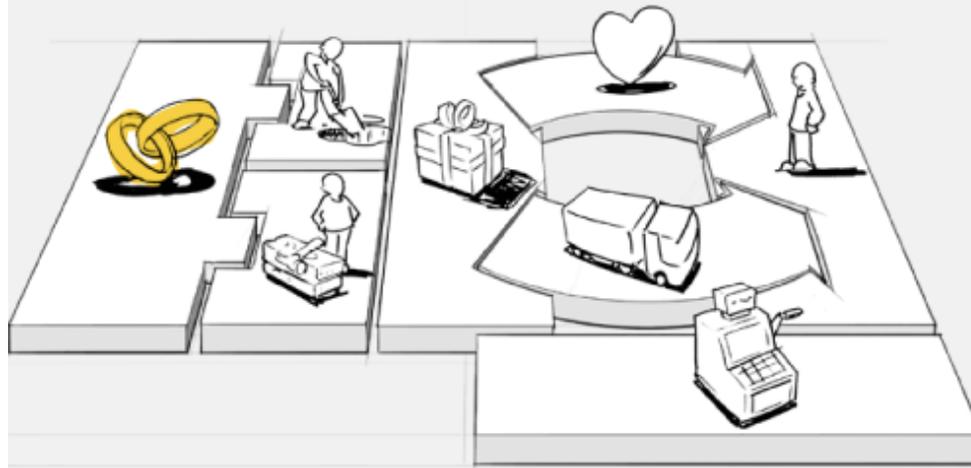
Kjerneaktivitetar er kva som er dei viktigaste aktivitetane dine for å kunne levere kundeløftet (kva skal de være skikkeleg god på)



Samarbeidspartar

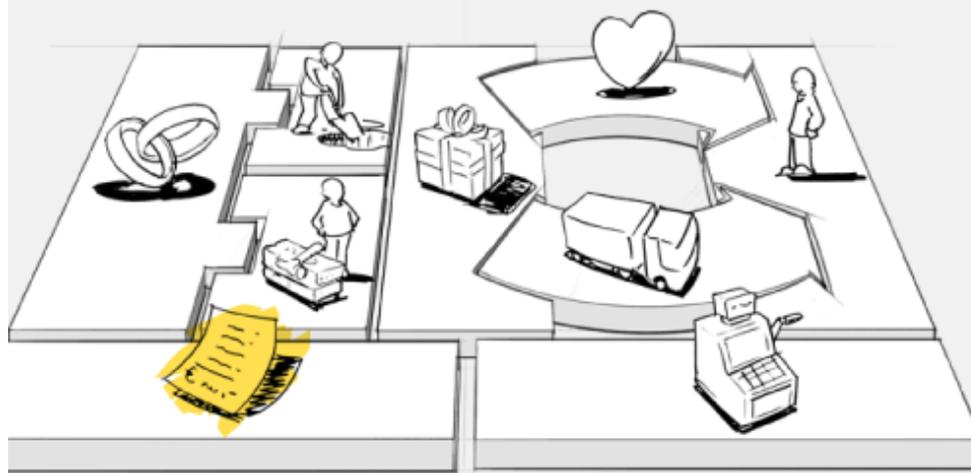
8

Samarbeidspartnarar er dei foretaka eller nettverka du er avhengig av for å kunne levere kundeløftet



Kostnader

- 9 Kostnadsstrukturen beskriv alle kostnader knytt til det å operere forretningsmodellen



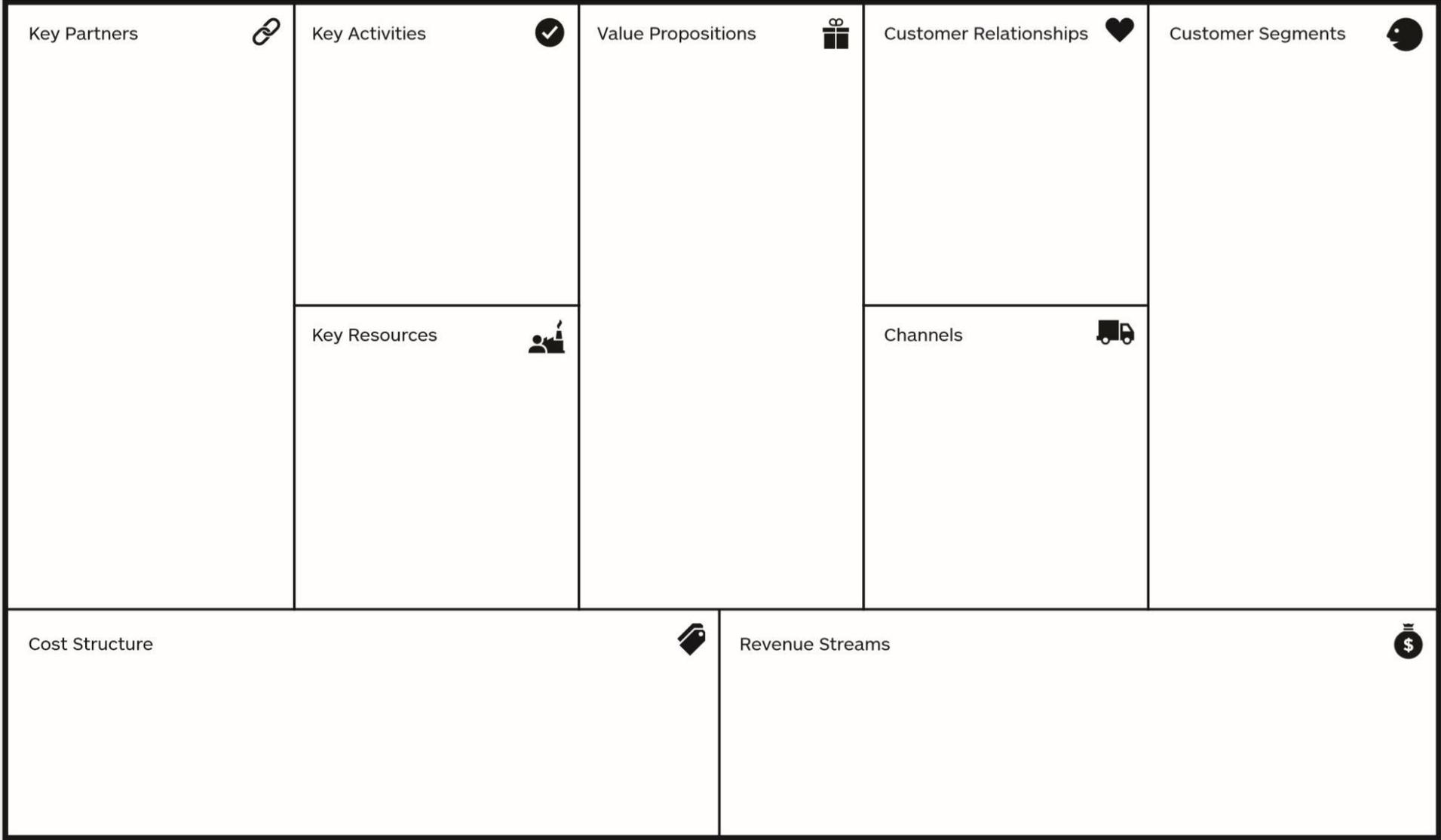
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



 This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Eksempel

Bestill i dag og spar 300 kr på de to første matkassene



Adam hjelper deg å lykkes på kjøkkenet

Gode råvarer, spennende smaskombinasjoner og varierte steg for steg-oppskrifter. Alt perfekt porsjonert for mindre matsvinn. Adams matkasse leverer matglede rett hjem til deg.

Våre matkasser

Slik fungerer Adams Matkasse



Finn matkassen som passer deg og familien best. Det er raskt og enkelt å bestille, og vi har ingen bindingstid.



Matkassen med sunne oppskrifter, spennende menyer og ferske råvarer leveres hjem til deg.



Nyt de sunne og smakfulle middagene, og bruk tiden du får til overs sammen med de du er glad i.

Slipp å planlegge god middag. Lag god middag.

The Business Model Canvas

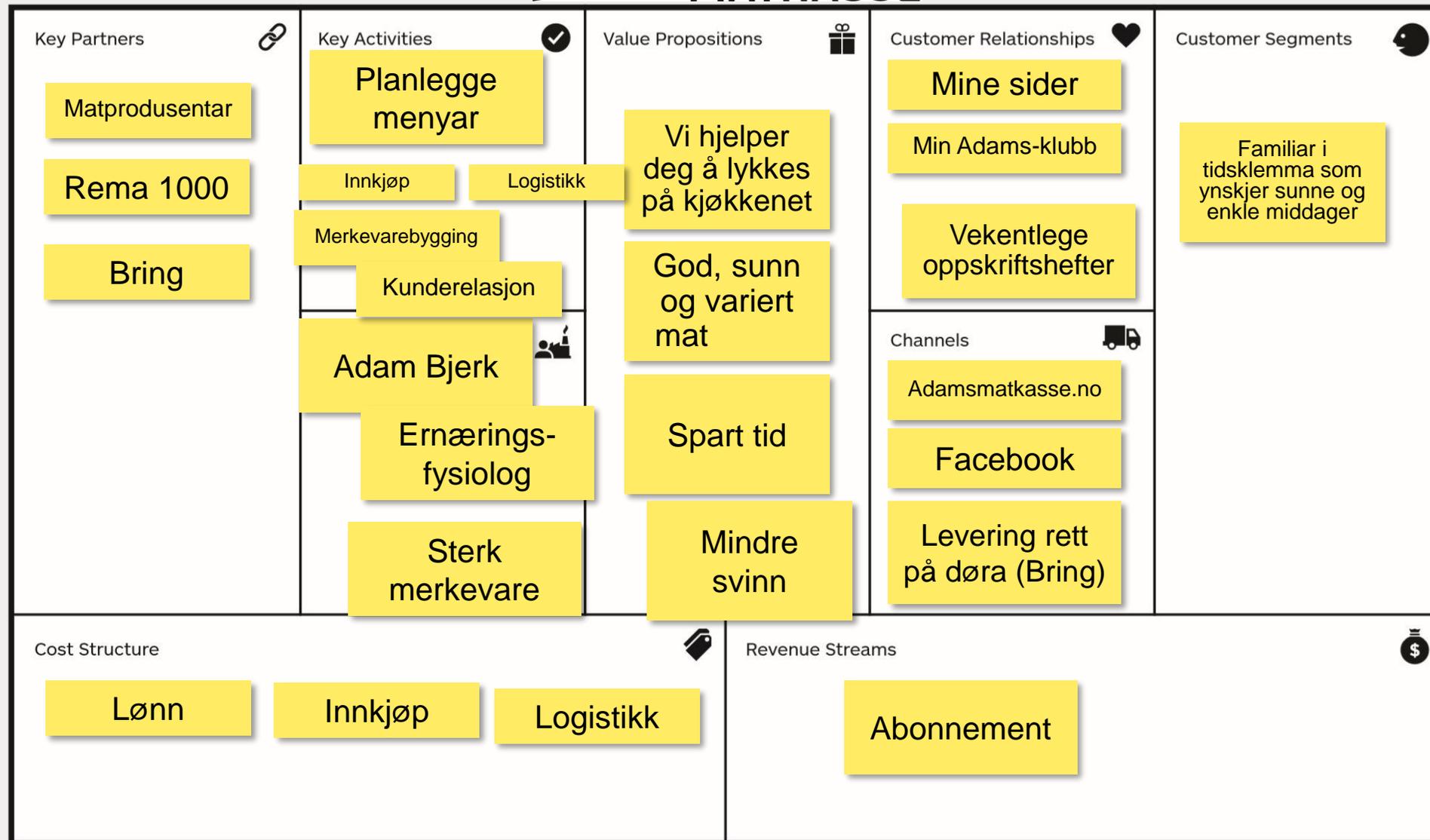


ADAMS MATKASSE

Designet by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

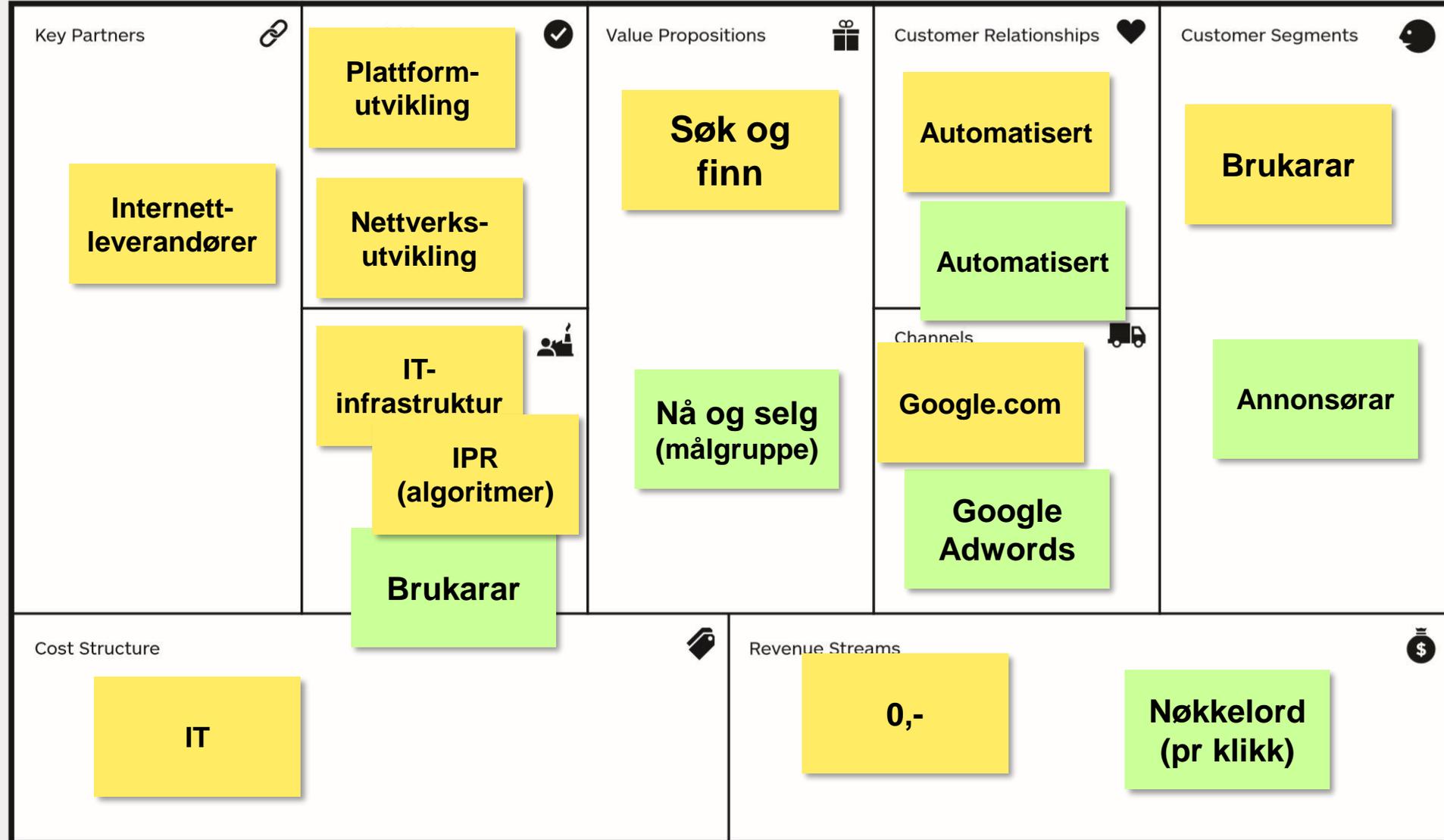
The Business Model Canvas



Designed by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

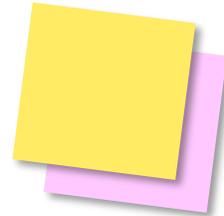
DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer

strategyzer.com

Grunnreglar

#1



**Bruk klistrelappar –
unngå å skrive rett
på lerretet/skjemaet**

The Business Model Canvas

Designed for:

Bedrift AS

Designed by:

On: To: Month: Year:
Iteration: No:

<h3>Key Partners</h3> <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Activities</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>	<h3>Key Activities</h3> <p>What Key Activities do our Customer Segments expect us to perform? Which Key Activities are most important to our Value Proposition? Which Key Activities are most costly?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>	<h3>Value Proposition</h3> <p>What value do we deliver to our Customer Segments? Which one of our customer bundles is most attractive? Which customer needs are we addressing?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>	<h3>Customer Relationships</h3> <p>What type of relationship do we expect to establish with our Customer Segments? Which ones have the most potential? How are they interacting with us? How costly are they?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>	<h3>Customer Segments</h3> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>
<h3>Cost Structure</h3> <p>What are the most important costs inherent in our business? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>		<h3>Revenue Streams</h3> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p>Key Partners</p> <p>Key Resources</p> <p>Key Channels</p> <p>Key Customers</p> <p>Key Revenue Streams</p> <p>Key Costs</p>		

Grunnreglar

- Ikkje
- Bruk
- Punktlister

#2
Ikkje bruk
punktlister

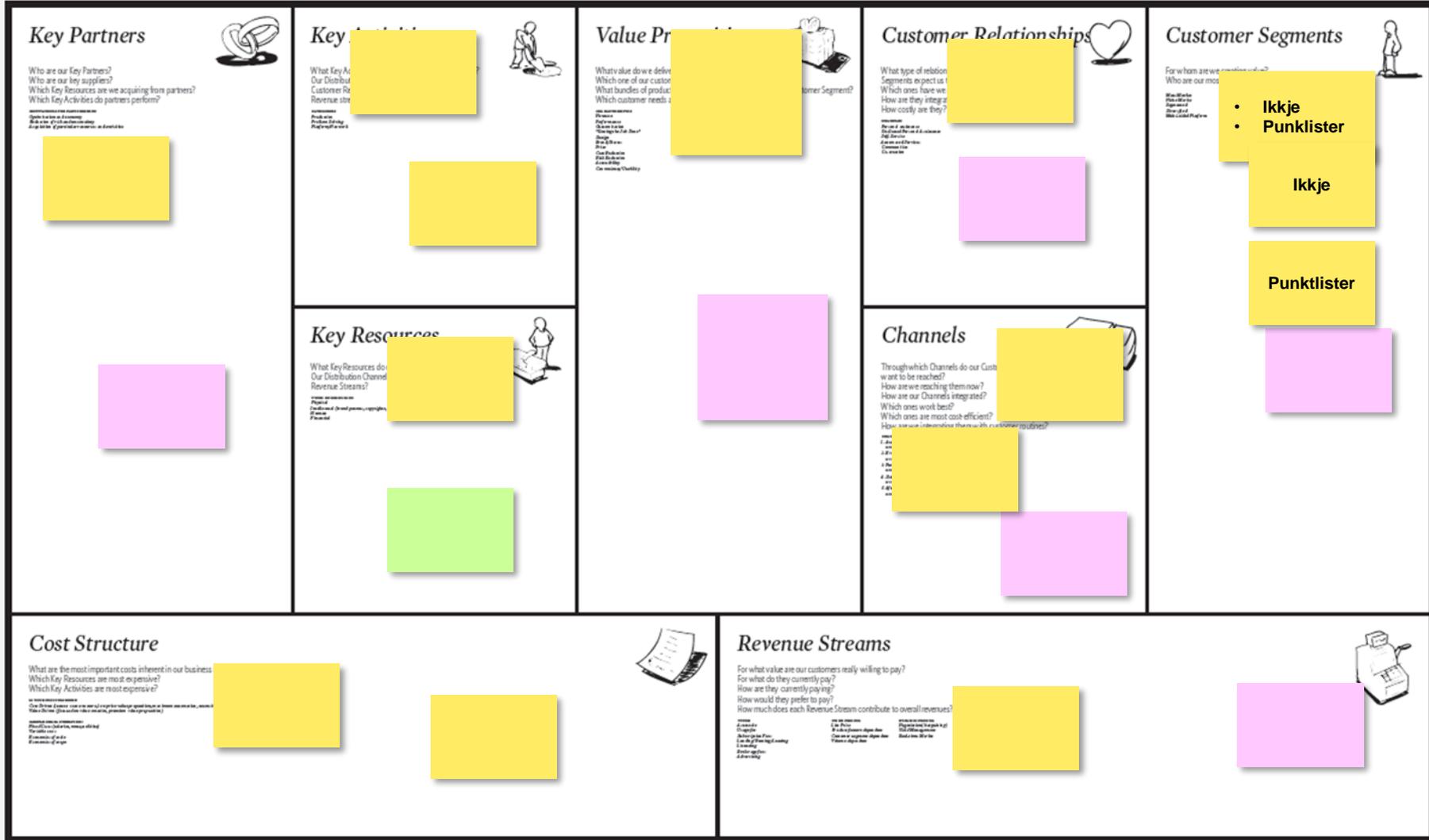
The Business Model Canvas

Designed for:

Bedrift AS

Designed by:

On: / /
Iteration: / /



Grunnreglar

For mykje detaljar gjer
at vi mister oversikten
og det store bilete

#3
**Unngå for mykje
detaljar**

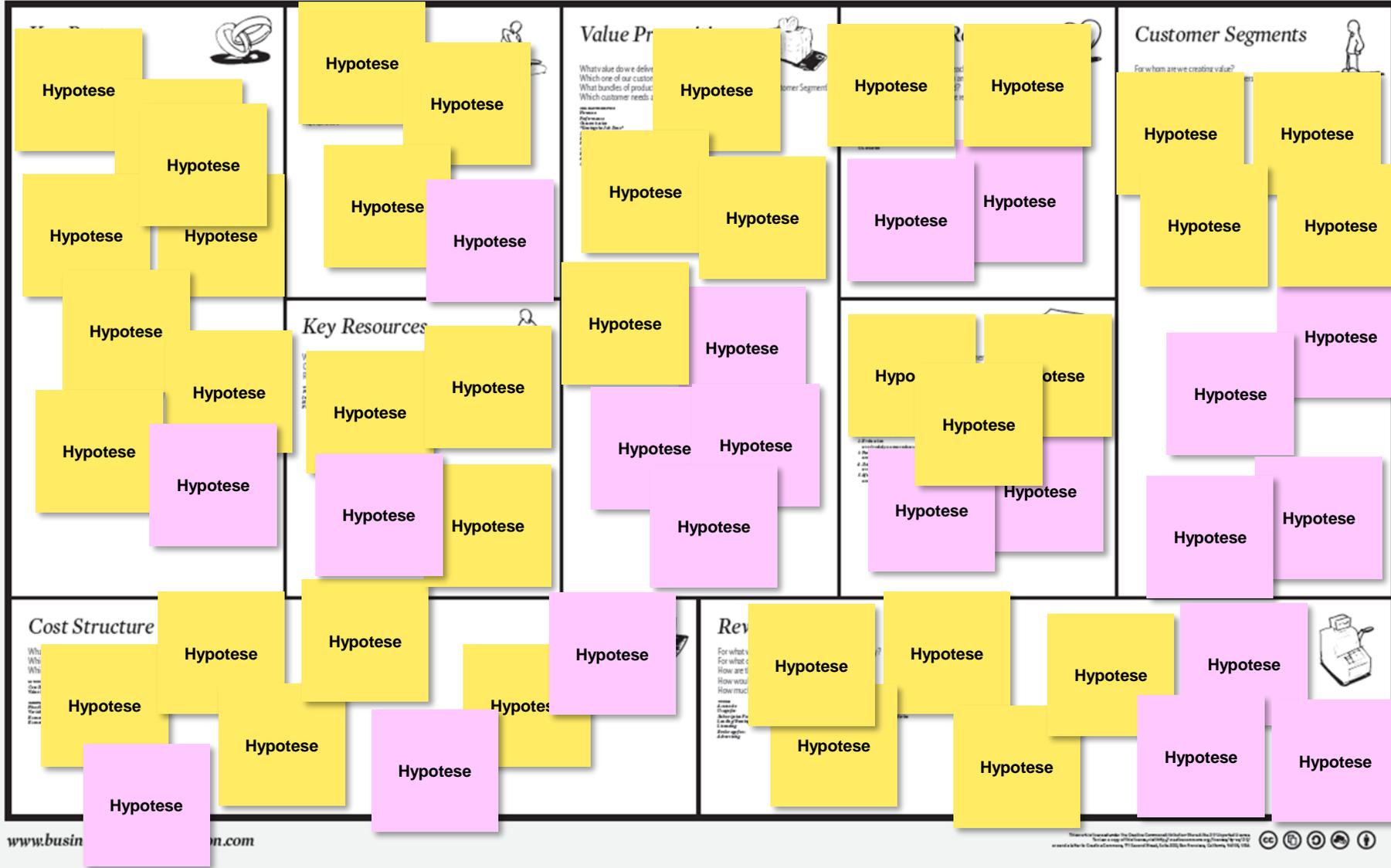
The Business Model Canvas

Designed for:

Bedrift AS

Designed by:

On: / /
Iteration: / /



Kvifor forretningsmodellering?

Kvifor forretningsmodellering?

- ✓ Forbetring/optimalisering av forretningsmodell kan være **betre investering** for bedrifta enn optimalisere produktet/tenesten!
- ✓ Teamet får ei **felles oppfatning** om korleis bedrifta skal tene pengar – og samanhengar mellom dei ulike «byggeklossane» (kundesegment, verdiløfte, kanalar, kunderelasjonar, etc)
- ✓ **Raskt og enkelt** forklare korleis du skapar, kaprar og leverer verdi
- ✓ Finne **samarbeidsparter**
- ✓ Business Model Canvas = **fleksibelt** verktøy

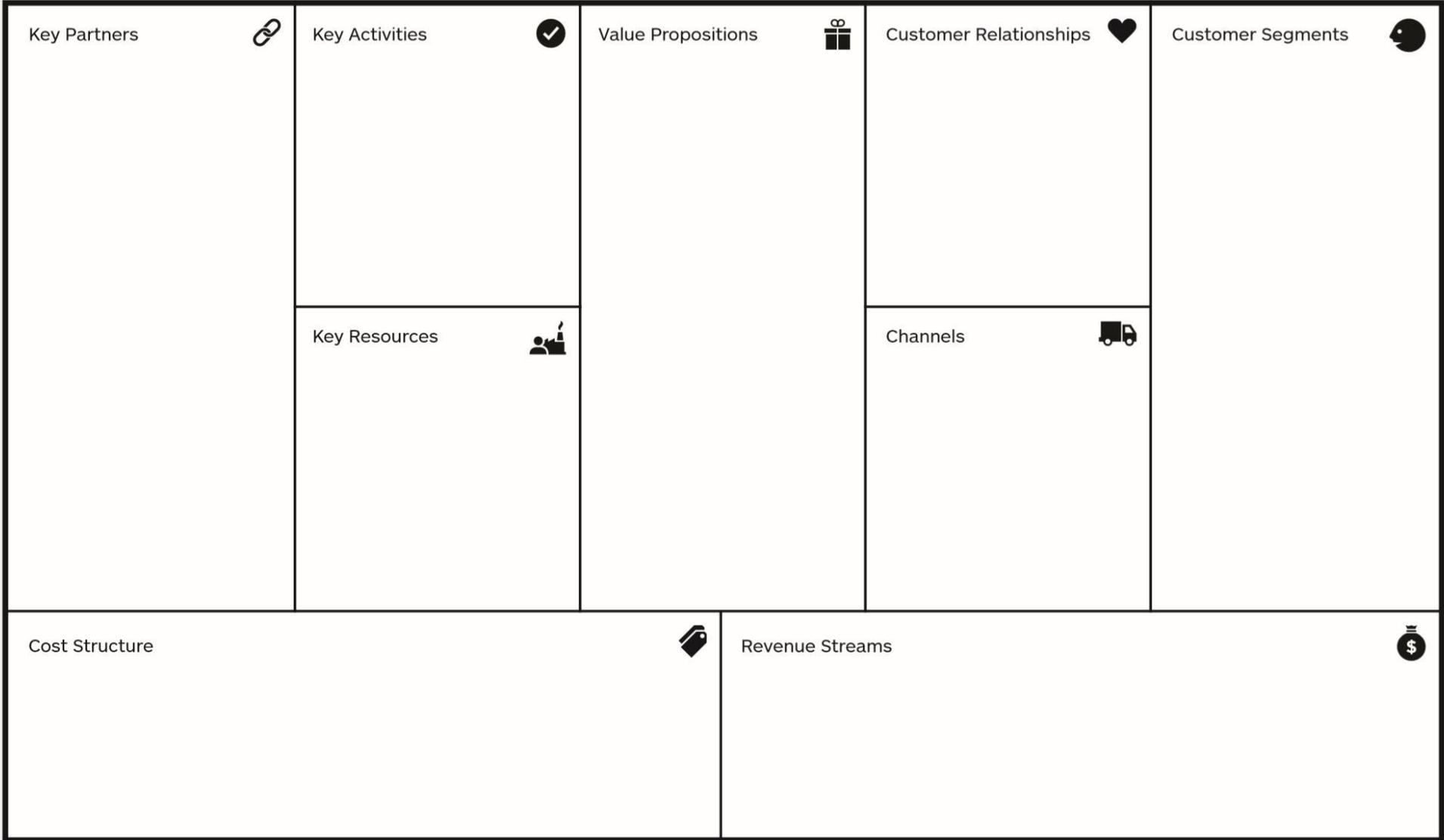
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



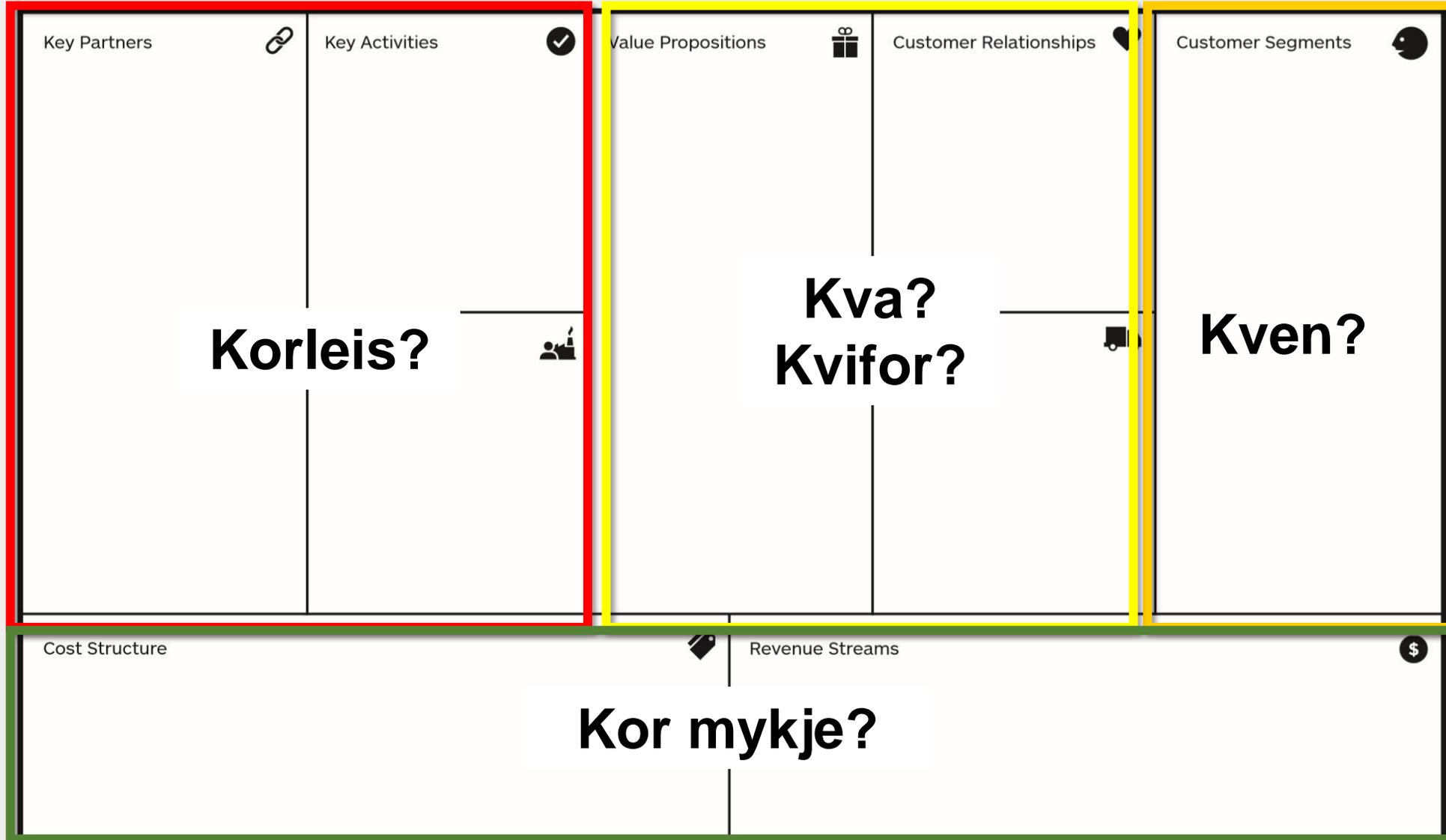
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

Dei 9 byggeklossane

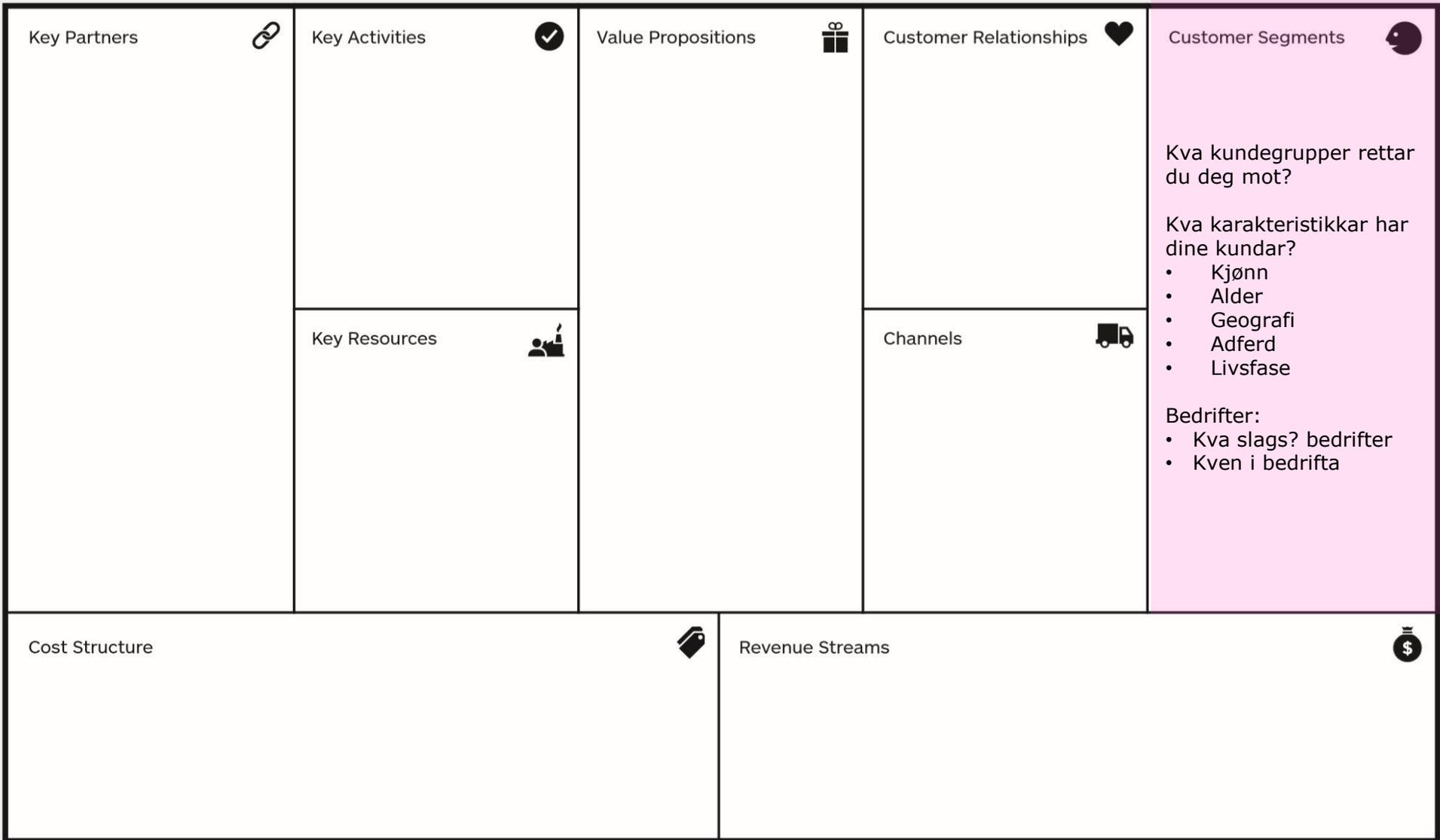
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



NOT

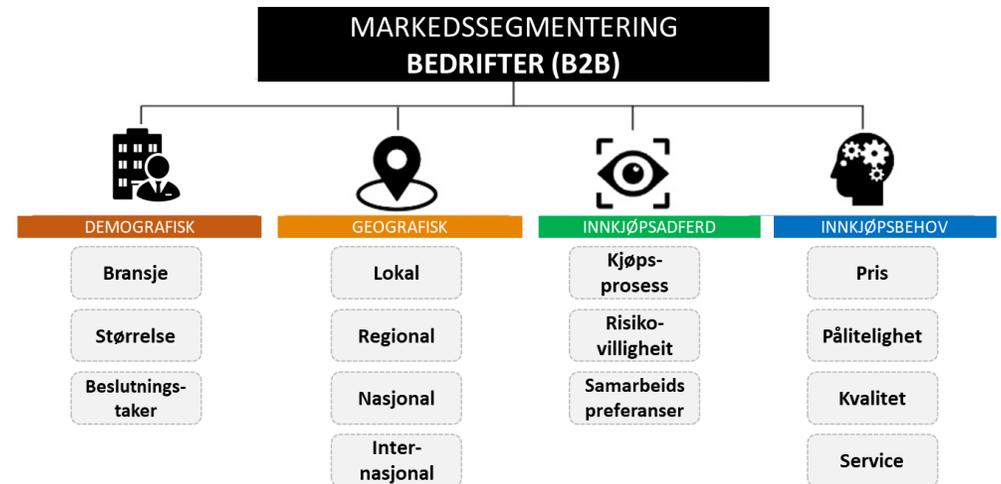
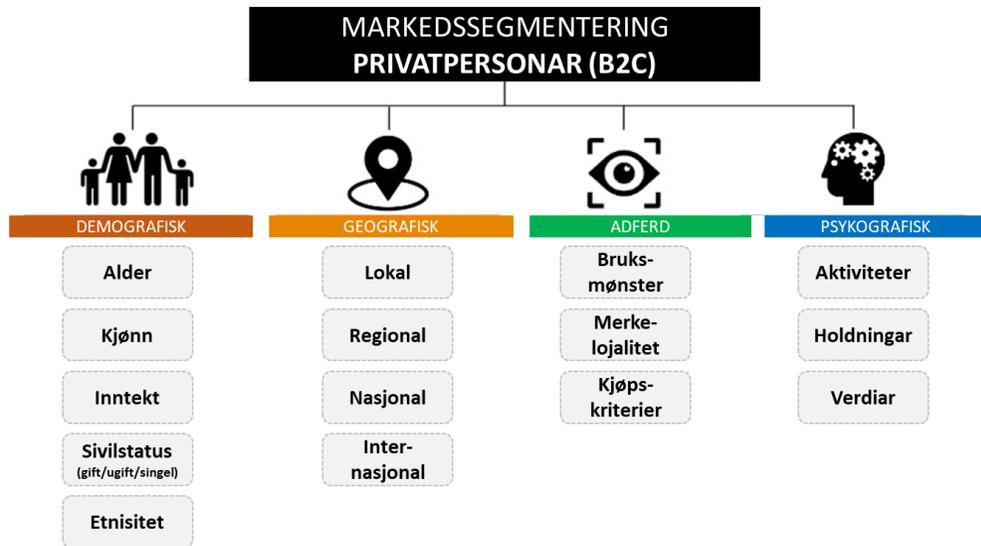
EVERYBODY

IS YOUR

CUSTOMER!

Tidlige brukere (early adopters)

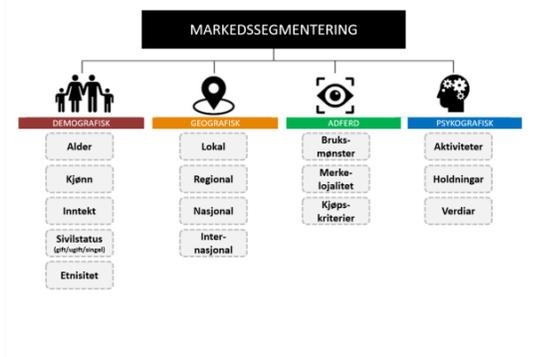




Braninstorm
potensielle
kundesegment

Avgrens og
prioriter

Undersøk



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

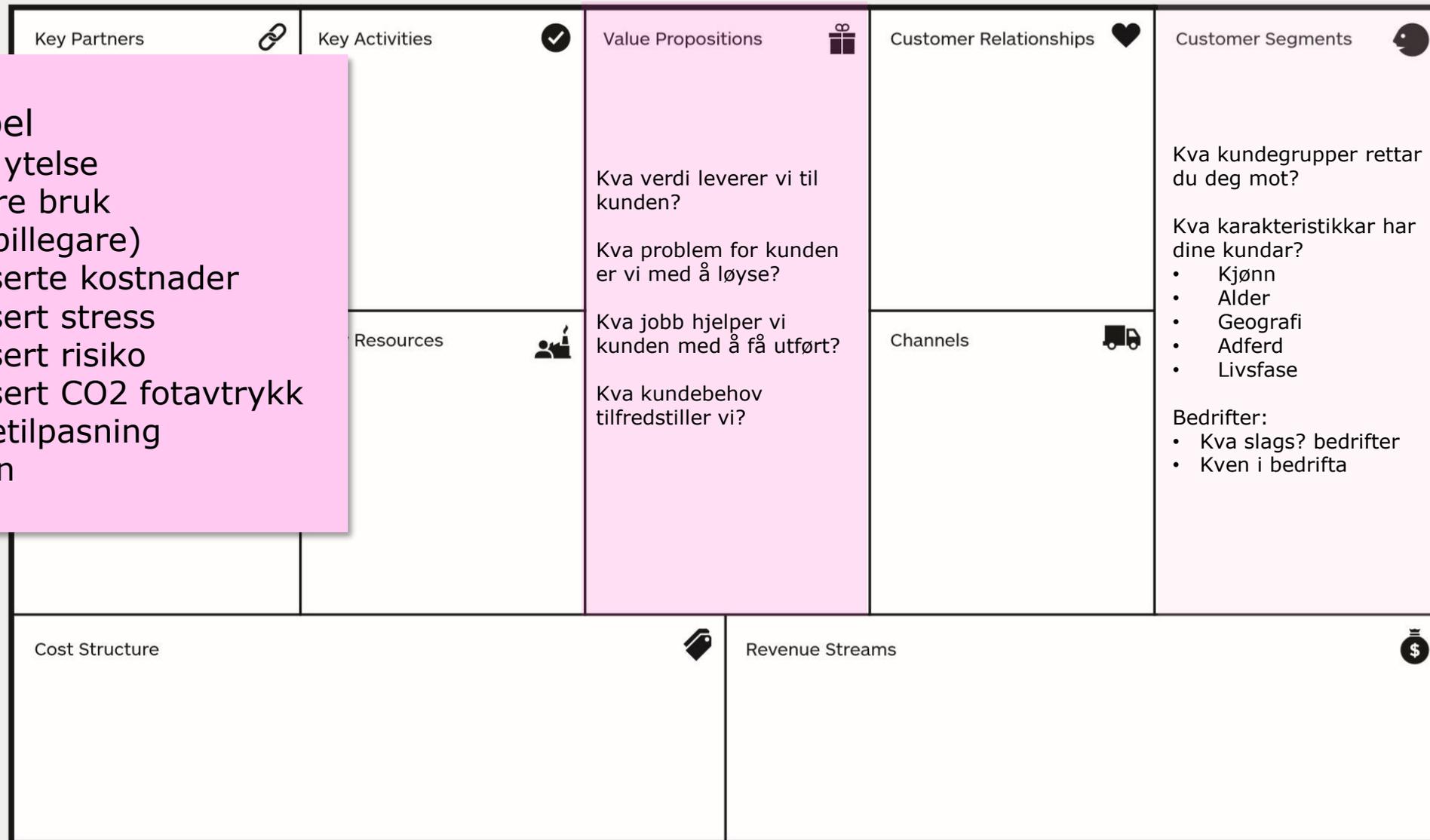
Date:

Version:



Eksempel

- Betre ytelse
- Enklare bruk
- Pris (billegare)
- Reduserte kostnader
- Redusert stress
- Redusert risiko
- Redusert CO2 fotavtrykk
- Kundetilpasning
- Design



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Kvifor er verdiløftet viktig?

Verdiløfte/Kundeløfte

Kunden har andre alternativ...

- Direkte konkurrentar
- Indirekte konkurrentar
- Ingenting
- Kundens eksisterande løysing

Verdiløfte/Kundeløfte

LØFTE

Du LOVAR kundane dine noko
FØR dei kjøper
produktet/tenesta.

Kundane kjøper
produktet/tenesta
FØR dei opplever verdien.

Verdiløfte/Kundeløfte

VERDI

Fordelar kundane opplever



Funksjonelle

Eksempel:

- Lagringskapasitet på iPhone
- Temperaturgrense på sovepose
- Fiber hastighet



Sosiale/
emosjonelle

Eksempel:

- Statussymbol
- «Feel-good»-faktor
- Design

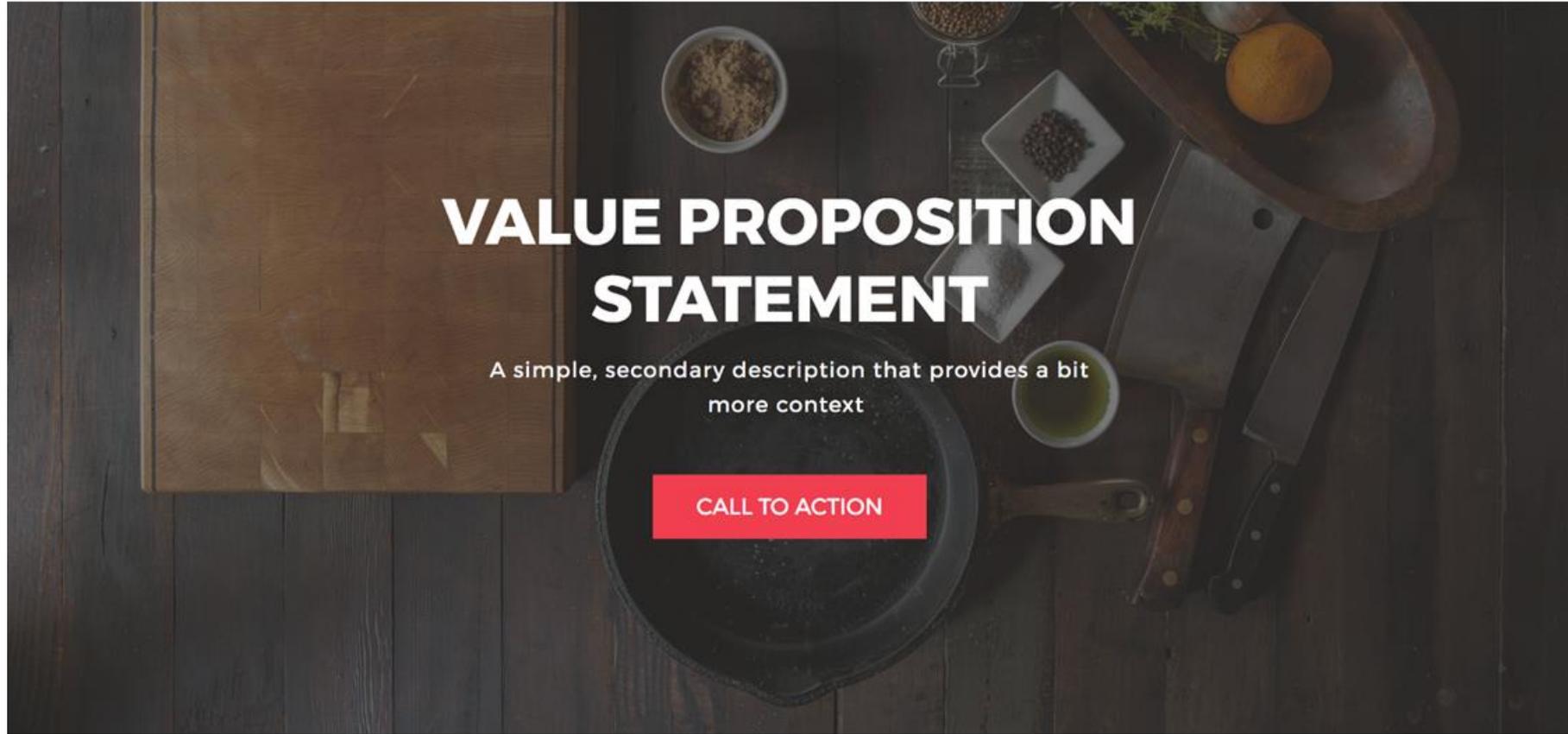


Økonomiske

Eksempel:

- Spart tid
- Spart penger

Eksempel på nettside;



VALUE PROPOSITION STATEMENT

A simple, secondary description that provides a bit more context

CALL TO ACTION


State Problem
We've found that this is a painful problem in today's customer segment.


Pitch Solution
So we created this solution, to solve your problem.


Get Reward
Now experience all of these gains that were just out of reach.

Cutters.

VI ANSETTER
WE'RE HIRING

Hjem

Salonger

Produkter

Om oss

Ventetid

Covid-19

Bli med



Koronatiltak

Les om våre koronatiltak



Bruk gjerne vår app



Ankom salonger når det nærmer seg din tur



Hold minst 2 meters avstand til andre kunder og ansatte



Rengjør hender før og etter klipp



Kom bare dersom du er frisk

Cut time
Cut hair
Cut cost

A smart haircut

9/10
Kundescore

Denne siden bruker cookies for å hente statistikk for å forbedre brukeropplevelsen. Du kan få hjelp til å avslå cookies ved å følge påfølgende lenke. [Les mer om vår policy rundt informasjonskapsler](#)

Ok, jeg forstår!

The Business Model Canvas

Designed for:

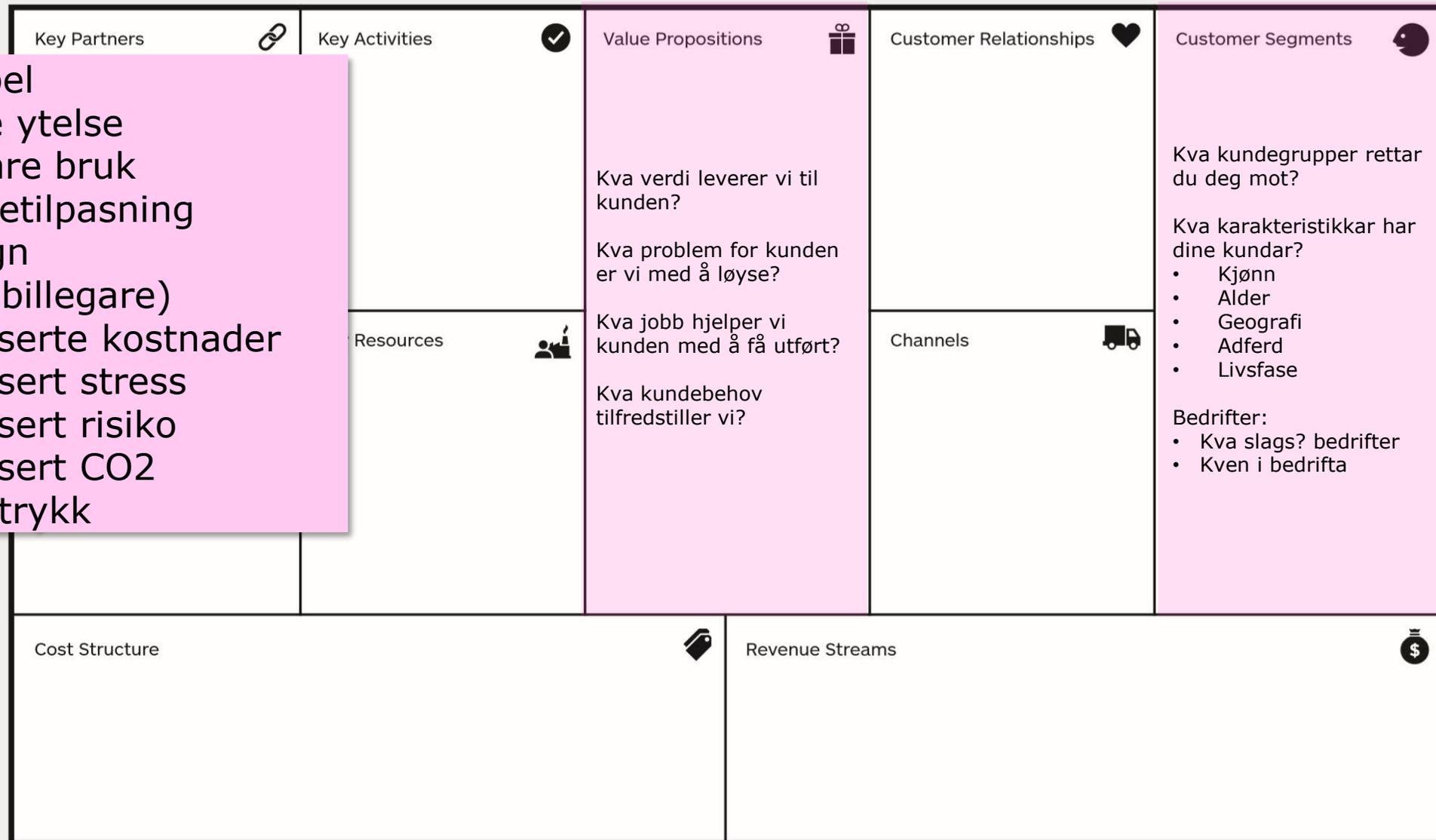
Designed by:

Date:

Version:

Eksempel

- Betre ytelse
- Enklare bruk
- Kundetilpassning
- Design
- Pris (billegare)
- Reduserte kostnader
- Redusert stress
- Redusert risiko
- Redusert CO2 fotavtrykk



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners	Key Activities	Value Propositions <p>Kva verdi leverer vi til kunden?</p> <p>Kva problem for kunden er vi med å løyse?</p> <p>Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført?</p> <p>Kva kundebehov tilfredstiller vi?</p>	Customer Relationships	Customer Segments <p>Kva kundegrupper rettar du deg mot?</p> <p>Kva karakteristikkar har dine kundar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase <p>Bedrifter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
	Key Resources		Channels <p>Korleis skal du nå kundane?</p> <p>Gjennom kva kanalar leverar du verdi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	
Cost Structure		Revenue Streams		

Cutters.

VI ANSETTER
WE'RE HIRING

Hjem

Salonger

Produkter

Om oss

Ventetid

Covid-19

Bli med

Available on the
Apple Store

Android App on
GOOGLE PLAY

Koronatiltak
Les om våre koronatiltak



Bruk gjerne vår app



Ankom salonger når det nærmer seg
din tur



Hold minst 2 meters avstand til
andre kunder og ansatte



Rengjør hender før og etter klipp



Kom bare dersom du er frisk

Cut time
Cut hair
Cut cost

A smart haircut

9/10
Kundescore

Denne siden bruker cookies for å hente statistikk for å forbedre brukeropplevelsen. Du kan få hjelp til å avslå cookies ved å følge påfølgende lenke. [Les mer om vår policy rundt informasjonskapsler](#)

Ok, jeg forstår!

Cutters.

VI ANSETTER
WE'RE HIRING

Hjem

Salonger

Produkter

Om oss

Ventetid

Covid-19

Bli med

Available on the
Apple Store

Get it on
GOOGLE PLAY

En smart hårklipp

Cutters er et nytt og unikt drop-in konsept som bygger på tre faktorer: *effektivitet, kvalitet og pris*. Effektivitet ved at hårklippen bare tar 15 minutter, kvalitet ved at vi har noen av landets beste frisører og en fast pris på hårklipp til kr 349,- uavhengig av kjønn og type klipp. I noen tilfeller hender det så klart at hårklippen tar litt lengre tid, men du betaler likevel samme pris. Vi tilbyr ikke tjenester som hårvask, hodemassasje, farging eller striping av hår, men fokuserer på det vi er best på; hårklipp og enkel styling. Hos oss vet du alltid hva du får og hva du betaler for.

Fornøydhetsgaranti

Vi ønsker fornøyde kunder og er derfor svært opptatt av å levere opp til forventningene våre. Satt du igjen med en dårlig opplevelse? Da kommer du tilbake, så ordner vi opp.

Slik fungerer det

Å få klippet håret sitt har aldri vært lettere.



1. Vi har bare drop-in, ingen timebestilling. Bruk appen fra der du er, eller gå til salongen

Drop-in



2. 15 minutters klipp til høy kvalitet. Er du ikke fornøyd, får du rettingen gratis

15 minutter



3. Ny pris, 349,- Fortsatt lik pris for alle, uansett kjønn og type klipp

Pris: 349,-



Slik startet det

Som alle gode idéer startet Cutters med utgangspunktet i et behov. Vi ville gjøre hårklippen enklere!

Som svar på problemet ble det i 2015 satt et mål om å kunne tilby alle hårklipper av høy kvalitet til en fornuftig pris.

“ – Det er veldig motiverende med all den positive tilbakemeldingen vi har fått på konseptet

Denne siden bruker cookies for å hente statistikk for å forbedre brukeropplevelsen. Du kan få hjelp til å avslå cookies ved å følge påfølgende lenke. [Les mer om vår policy rundt informasjonskapsler](#)

Ok, jeg forstår!

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners	Key Activities	Value Propositions Kva verdi leverer vi til kunden? Kva problem for kunden er vi med å løyse?	Customer Relationships Kva relasjon har du til kundesegetnet? <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	Customer Segments Kva kundegrupper rettar du deg mot? Kva karakteristikkar har dine kundar? <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase
	Key Resources	Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført? Kva kundebehov tilfredstiller vi?	Channels Korleis skal du nå kundane? Gjennom kva kanalar leverar du verdi? <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	Bedrifter: <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
Cost Structure		Revenue Streams		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



Flytt aksjesparekonto – vinn 10 000 kroner

Flytter du aksjesparekonto til oss i november, blir du med i trekningen av 10 000 kroner. Samtidig får du flyttet sparingen din til en bank med superenkle løsninger og stort fondsutvalg. Bra for sparingen din – bra for deg.

Flytt aksjesparekonto



Boliglån



Forbrukslån



Kort



Sparing



Aksjer



Bedrift

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

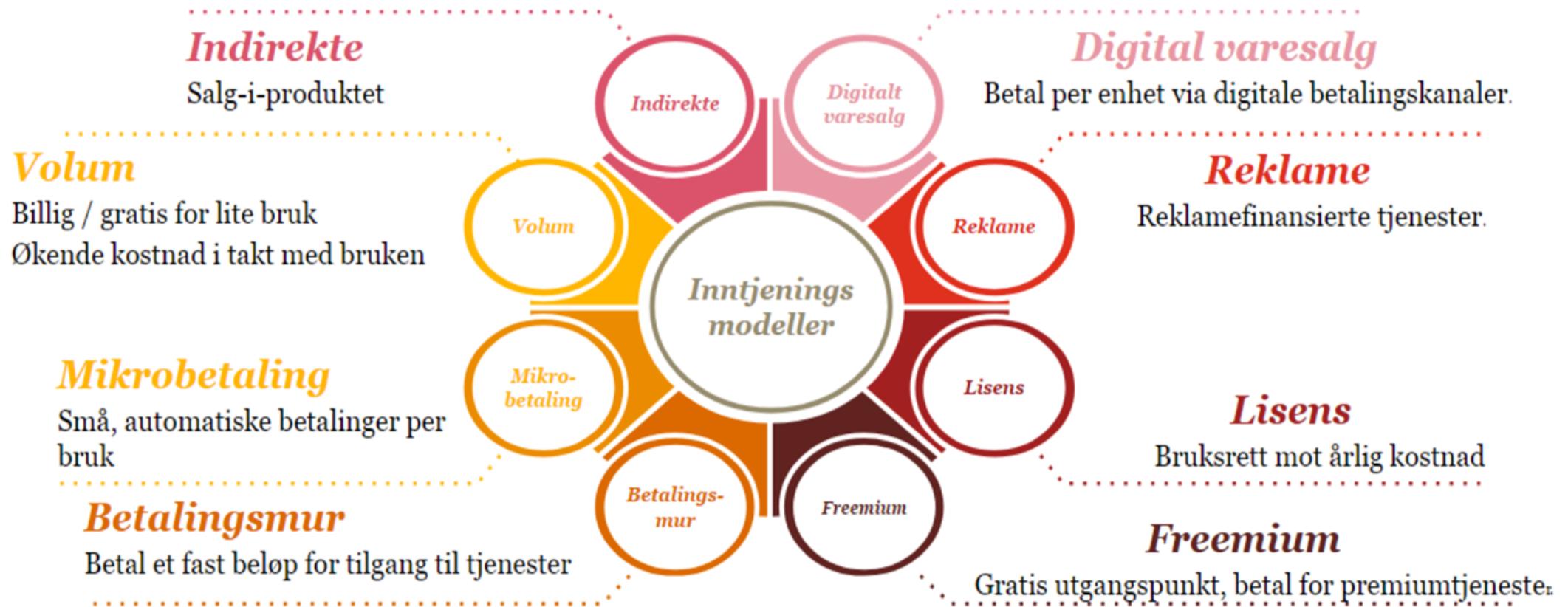


Key Partners	Key Activities Kva verdi leverer vi til kunden? Kva problem for kunden er vi med å løyse?	Value Propositions Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført? Kva kundebehov tilfredstiller vi?	Customer Relationships Kva relasjon har du til kundesegmentet? <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	Customer Segments Kva kundegrupper rettar du deg mot? Kva karakteristikkar har dine kundar? <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase Bedrifter: <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
	Key Resources		Channels Korleis skal du nå kundane? Gjennom kva kanalar leverar du verdi? <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	
Cost Structure		Revenue Streams Korleis skal du ta deg betalt? <ul style="list-style-type: none"> • Transaksjonsbasert (pr time, pr produkt, pr bruk) • Abonnement (fast regelmessig betaling) • Leige/leasing/Lisensiering • Reklame-finansiert • Freemium (gratis basis-funksjoner) 		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Digitaliseringen har skapt nye inntjeningsmodeller



Listening is everything

Millioner av låter og podkaster. Uten å legge inn kortopplysninger.

SKAFF DEG SPOTIFY FREE

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

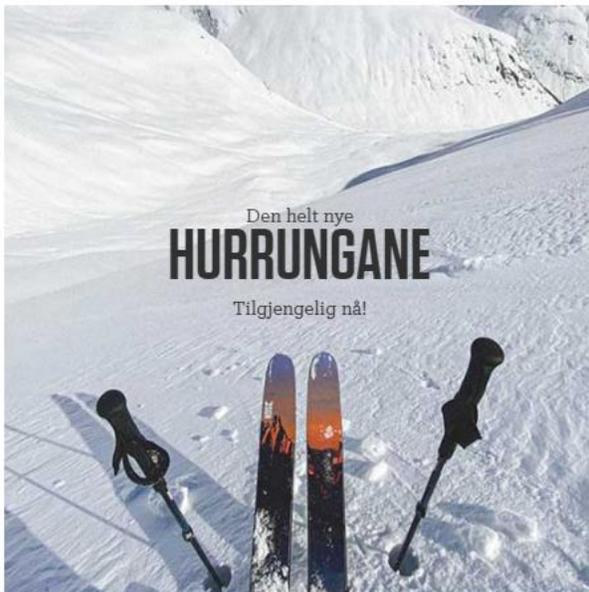
Version:



<p>Key Partners </p>	<p>Key Activities </p> <p>Kva sentrale aktivitetar må de beherske godt;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produksjon • Salg og markedsføring • Kundeutvikling • Nettverksbygging 	<p>Value Propositions </p> <p>Kva verdi leverer vi til kunden?</p> <p>Kva problem for kunden er vi med å løyse?</p> <p>Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført?</p> <p>Kva kundebehov tilfredstiller vi?</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>Kva relasjon har du til kundesegmentet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	<p>Customer Segments </p> <p>Kva kundegrupper rettar du deg mot?</p> <p>Kva karakteristikkar har dine kundar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase <p>Bedrifter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
<p>Cost Structure </p>		<p>Revenue Streams </p> <p>Korleis skal du ta deg betalt?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transaksjonsbasert (pr time, pr produkt, pr bruk) • Abonnement (fast regelmessig betaling) • Leige/leasing/Lisensiering • Reklame-finansiert • Freemium (gratis basis-funksjoner) 		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



Key Partners	Key Activities Kva sentrale aktivitetar må de beherske godt; <ul style="list-style-type: none"> • Produksjon • Salg og markedsføring • Kundeutvikling • Nettverksbygging 	Value Propositions Kva verdi leverer vi til kunden? Kva problem for kunden er vi med å løyse? Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført? Kva kundebehov tilfredstiller vi?	Customer Relationships Kva relasjon har du til kundesegmentet? <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	Customer Segments Kva kundegrupper rettar du deg mot? Kva karakteristikkar har dine kundar? <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase Bedrifter: <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
	Key Resources Kva nøkkelressursar er du avhengig av <ul style="list-style-type: none"> • Produksjonsutstyr • IP (immaterielle rettar) • Finansiell kapital 		Channels Korleis skal du nå kundane? Gjennom kva kanalar leverar du verdi? <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	
Cost Structure		Revenue Streams Korleis skal du ta deg betalt? <ul style="list-style-type: none"> • Transaksjonsbasert (pr time, pr produkt, pr bruk) • Abonnement (fast regelmessig betaling) • Leige/leasing/Lisensiering • Reklame-finansiert • Freemium (gratis basis-funksjoner) 		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



Key Partners <p>Kva nettverk av samarbeidspartar og leverandørar treng bedrifta?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing • Partnerskap • Leverandørar • Verdikjede 	Key Activities <p>Kva sentrale aktivitetar må de beherske godt;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produksjon • Salg og markedsføring • Kundeutvikling • Nettverksbygging 	Value Propositions <p>Kva verdi leverer vi til kunden?</p> <p>Kva problem for kunden er vi med å løyse?</p>	Customer Relationships <p>Kva relasjon har du til kundesegmentet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	Customer Segments <p>Kva kundegrupper rettar du deg mot?</p> <p>Kva karakteristikkar har dine kundar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase <p>Bedrifter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
	Key Resources <p>Kva nøkkelressursar er du avhengig av</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produksjonsutstyr • IP (immaterielle rettar) • Finansiell kapital 	<p>Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført?</p> <p>Kva kundebehov tilfredstiller vi?</p>	Channels <p>Korleis skal du nå kundane?</p> <p>Gjennom kva kanalar leverar du verdi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	
Cost Structure		Revenue Streams <p>Korleis skal du ta deg betalt?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transaksjonsbasert (pr time, pr produkt, pr bruk) • Abonnement (fast regelmessig betaling) • Leige/leasing/Lisensiering • Reklame-finansiert • Freemium (gratis basis-funksjoner) 		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

SOGNA REPET

[Startside](#)

[Nettbutikk](#)

[Galleri](#)

[Kontakte oss](#)



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



<p>Key Partners </p> <p>Kva nettverk av samarbeidspartar og leverandørar treng bedrifta?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outsourcing • Partnerskap • Leverandørar • Verdikjede 	<p>Key Activities </p> <p>Kva sentrale aktivitetar må de beherske godt;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produksjon • Salg og marknedsføring • Kundeutvikling • Nettverksbygging 	<p>Value Propositions </p> <p>Kva verdi leverer vi til kunden?</p> <p>Kva problem for kunden er vi med å løyse?</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>Kva relasjon har du til kundesegmentet?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personleg 1:1 • Sjølvbetjening • Automatisert • Sosiale medier • Merkeloyalitet • «Kundeklubb» 	<p>Customer Segments </p> <p>Kva kundegrupper rettar du deg mot?</p> <p>Kva karakteristikk har dine kundar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kjønn • Alder • Geografi • Adferd • Livsfase <p>Bedrifter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kva slags? bedrifter • Kven i bedrifta
	<p>Key Resources </p> <p>Kva nøkkelressursar er du avhengig av</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produksjonsutstyr • IP (immaterielle rettar) • Finansiell kapital 	<p>Kva jobb hjelper vi kunden med å få utført?</p> <p>Kva kundebehov tilfredstiller vi?</p>	<p>Channels </p> <p>Korleis skal du nå kundane?</p> <p>Gjennom kva kanalar leverar du verdi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web • Butikk • Direktesal 	
<p>Cost Structure </p> <p>Kva er dei viktigaste/største kostnadene i samband med forretningsmodellen vår?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faste kostnader • Variable kostnader • Låg-kostmodell (kostnadsdrevet) • Høg-kostmodell (statusdrevet) 		<p>Revenue Streams </p> <p>Korleis skal du ta deg betalt?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transaksjonsbasert (pr time, pr produkt, pr bruk) • Abonnement (fast regelmessig betaling) • Leige/leasing/Lisensiering • Reklame-finansiert • Freemium (gratis basis-funksjoner) 		



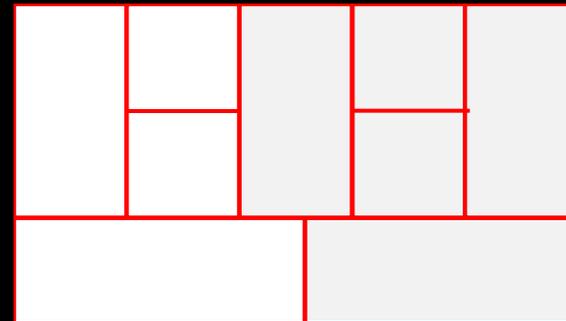
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Det enkle er ofte det beste

REMA 1000



Korleis ser din forretningsmodell ut?



Key Partnerships 

Key Activities 

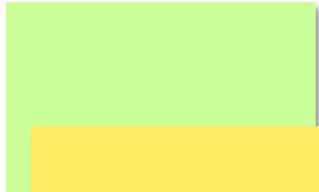
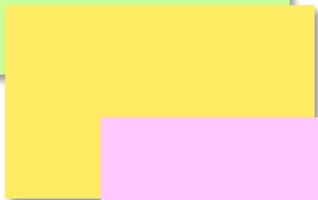
Key Resources 

Value Propositions 

Customer Relationships 

Channels 

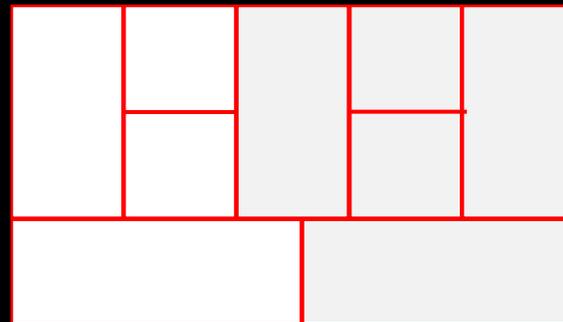
Customer Segments 

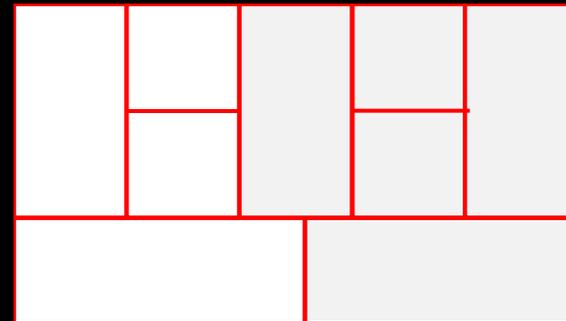

Cost Structure 

Revenue Streams 

Korleis ser forretningsmodellen til konkurrentane ut?



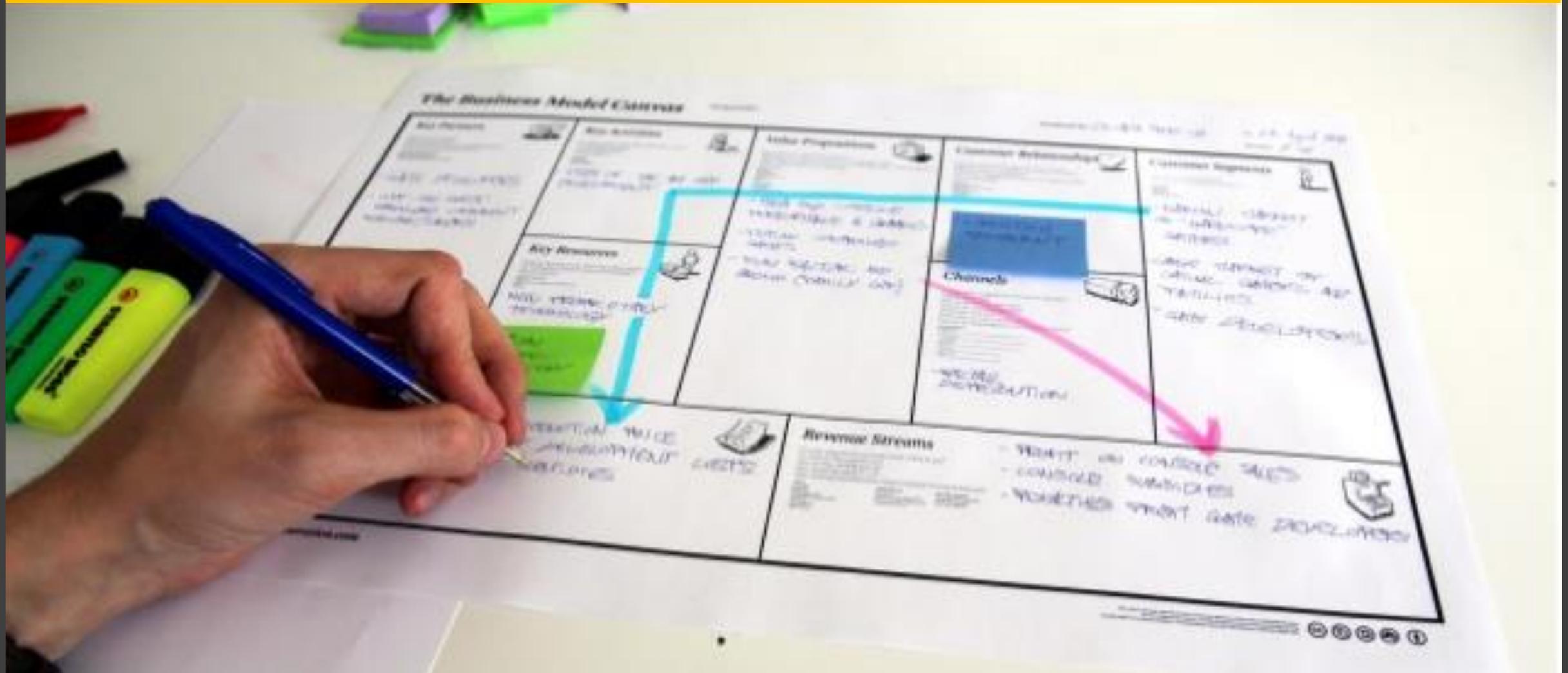
Kva er mest ressurskrevande ved din forretningsmodell?
Kva endringar må du gjere for å fjerne/reducere det dyraste elementet?



Diskuter og valider
forretningsmodellen
din med kunder og
samarbeidspartar



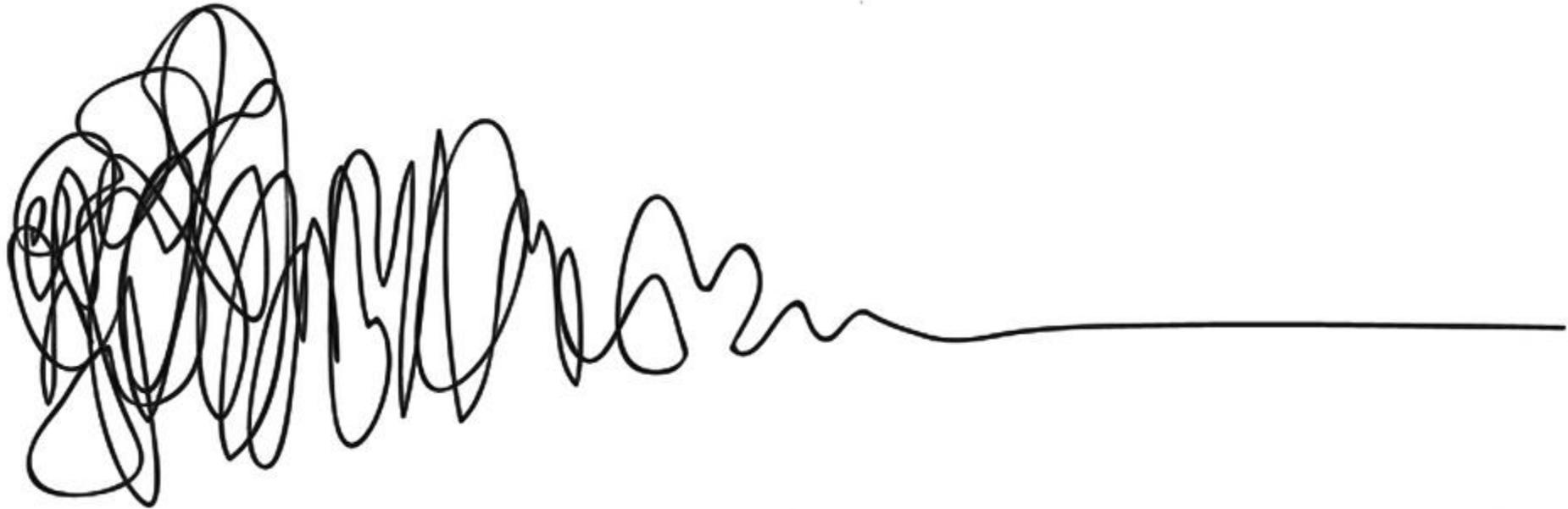
Oppdater forretningsmodellen

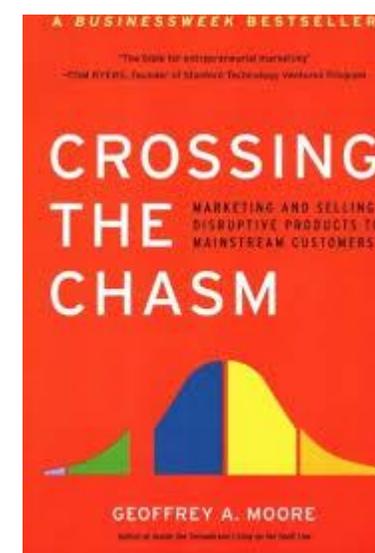
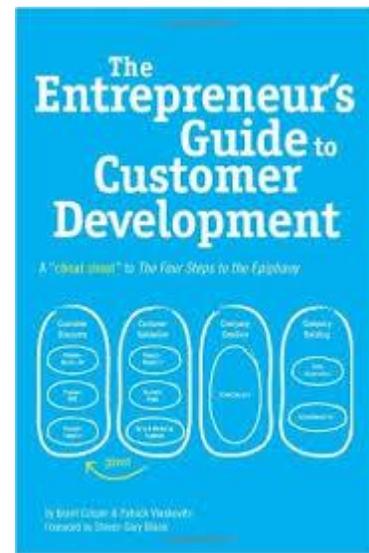
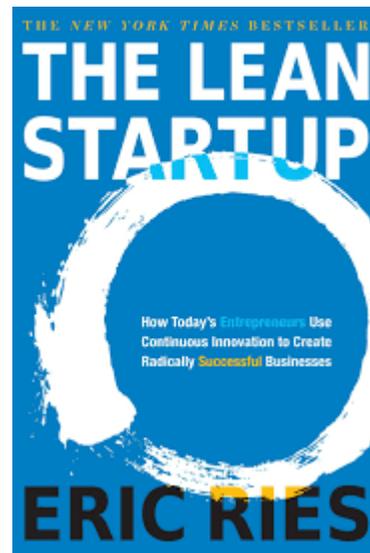
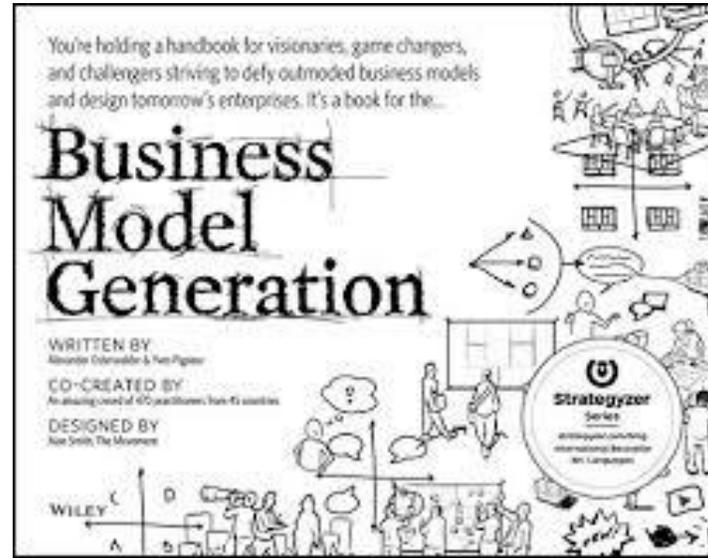


Oppsummering

1. **Forretningsmodellen** beskriv korleis de skal **skape, levere** og **kapre** verdier i foretaket ditt
2. **Business Model Canvas** er eit rammeverk som kan hjelpe med å **fokusere tankar, analysere, kommunisere** og **samarbeide**
3. **Verdiløftet** = kundens kjøpskriterier
4. **Value Proposition canvas** hjelper deg å forstå kva behov kunden har (jobs to be done)
5. **Skisser** din forretningsmodell – bruk gule lappar
6. **Valider** mot kunde
7. **Juster**, og valider på nytt

Entreprenørskapsreisa







KUNNSKAPSPARKEN

kpvest.no