

Lean Canvas

Projekt:

Erstellt von:

Datum:

Iteration:

Problemstellung	Lösung	Einzigartiges Wertangebot	Unfairer Vorteil	Kundensegmente
	Kennzahlen		Kanäle	
Bestehende Alternativen:		Kurz Konzept:		Early Adaptors:
Kostenstruktur		Einnahmensquellen		

Lean Canvas

Projekt:

Erstellt von:

Datum:

Iteration:

1. Problemstellung

Was sind die Hauptprobleme, welche das Geschäftsmodell lösen muss?
Beschreibe die 1-3 größten Probleme deiner Kunden.

4. Lösung

Beschreibe eine Lösung für jedes Problem.

3. Einzigartiges Wertangebot

Welcher Wert soll dem Kunden vermittelt werden?
Was ist das Alleinstellungsmerkmal?
Eine einfache, klare Botschaft, die erklärt, warum die Lösung anders und beachtenswert ist.
- Gewinnerzeuger
- Problemlöser
- Wie unterstützt die Lösung die Kunden in der Aufgabenerfüllung von speziellen Anwendungsfällen, welche für die Kunden wichtig sind?

6. Unfairer Vorteil

Etwas das es den anderen schwer macht, die Lösung zu kopieren.

2. Kundensegmente

Liste die Ziel- und Nutzergruppen auf.
Für wen erbringt das Produkt oder der Service einen Mehrwert? Wer sind die wichtigsten Kunden?
Wessen Bedürfnisse müssen noch berücksichtigt werden (z.B. Partner, Lieferanten, externe Beeinflusser, Entscheidungsträger)?
Wer sind die wichtigsten Stakeholder und Interessengruppen?
Zeichne eine Stakeholder-Map oder das Business Ökosystem auf.

9. Kennzahlen

Welche messbaren Zahlen zeigen, ob die Lösung funktioniert

10. Kanäle

Über welche Kanäle wollen deine Kundensegmente erreicht werden?

5. Bestehende Alternativen:

Wie wurden diese Probleme bisher gelöst?

Kurz Konzept:

X und Y Analogie
Gibt es eine einfache Analogie? (z.B. YouTube = Flickr für Video)

Early Adopter:

Beschreibe die Eigenschaften der Early Adapters (diejenigen Kunden, die das Produkt zuerst benutzen werden). Die idealen Kunden sind ggf. nicht zwingend auch die ersten Kunden.

8. Kostenstruktur

Ist unser Geschäftsmodell eher

- Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing)?
- Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen)?

Beispiele für Kosten-Arten

- Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel)
- Variable Kosten
- Kostenersparnis durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion)
- Kostenersparnis durch Synergieeffekte

7. Einnahmensquellen

Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben?
Wofür geben Sie es derzeit aus?
Wie bezahlen sie derzeit?
Wie würden sie lieber bezahlen?
Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?

Arten

- Verkauf
- Nutzungsgebühr
- Abonnement
- Verleih/Vermietung/Leasing
- Lizenzen
- Vermittlungsgebühr
- Werbung

Feste Preise (Listenpreis, abhängig z.B. von den Produktionskosten, vom Kunden-Segment, von der Menge)
Variable Preise (Verhandlungssache, ertragsabhängig, marktabhängig)