|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **KEY** **PARTNER** | **KEY** **ACTIVITIES** | **VALUE** **PROPOSITIONS** | **CUSTOMER** **RELATIONSHIP** | **CUSTOMER** **SEGMENT** |
| **PARTNERE** | **KJERNEAKTIVITETER** | **VERDILØFTE** | **KUNDERELASJON** | **KUNDESEGMENT** |
| * Hvem er partnerne våre?
* Hvilke leverandører har vi?

Leverandør av delertil den elektriskebarnevognen | * Hvilke kjerneaktiviteter må vi selv utføre for å levere verdiløftet?

Montere barnevognService, reparasjoner | * Hva slags verdi gir vi kundesegmentene våre?
* Hvilket problem løser vi for kundene?
* Hvilke kundebehov tilfredsstiller vi?

Barnevogntrilling medlang rekkeviddeBarnevogn for lange turerDaglig transportløsning for foreldre.Handle matvarer, besøkekjente som bor langt unna | * Hvilken type relasjon har vi til våre kundesegmenter?

Tradisjonell markedsføring+ VarepratHøyt servicenivå, garantierVerksted for hurtigereparasjoner | * Hvem skaper vi verdi for?
* Hvem er våre viktigste kunder?

Småbarnsforeldremed transportbehov i byer |
|  | **KEY** **RESOURCES** |  | **CHANNELS** |  |
|  | **RESSURSER** |  | **KANALER** |  |
|  | * Hvilke ressurser trenger vi for å oppfylle verdiløftet?

 |  | * Gjennom hvilke kanaler når vi våre kunder?

Egne butikker |  |
| **COST STRUCTURE** | **REVENUE STREAMS** |
| **KOSTNADER** | **INNTEKTSSTRØM** |
| * Hva er de viktigste kostnadene i forretningsmodellen?

Butikk lokaler i sentrumDelerPersonale | * Hva tar vi oss betalt for i dag?

Den elektriske barnevognen |
|  | * Hvordan tar vi oss betalt?

Kortbetaling, kontant |