|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 deler  til den elektriske  barnevognen | | * Hvilke kjerneaktiviteter må vi selv utføre for å levere verdiløftet?   Montere barnevogn  Service, reparasjoner | | * Hva slags verdi gir vi kundesegmentene våre? * Hvilket problem løser vi for kundene? * Hvilke kundebehov tilfredsstiller vi?   Barnevogntrilling med  lang rekkevidde  Barnevogn for lange turer  Daglig transportløsning for foreldre.  Handle matvarer, besøke  kjente som bor langt unna | | | * Hvilken type relasjon har vi til våre kundesegmenter?   Tradisjonell markedsføring  + Vareprat  Høyt servicenivå, garantier  Verksted for hurtige  reparasjoner | | * Hvem skaper vi verdi for? * Hvem er våre viktigste kunder?   Småbarnsforeldre  med 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 sentrum  Deler  Personale | | | | | * Hva tar vi oss betalt for i dag?   Den elektriske barnevognen | | | | |
|  | | | | | * Hvordan tar vi oss betalt?   Kortbetaling, kontant | | | | |