



## КАНВАС БИЗНЕС-МОДЕЛИ АЛЕКСАНДРА ОСТЕРВАЛЬДЕРА



### Ключевые партнеры

1. Кто наши ключевые партнеры?
2. Кто наши ключевые поставщики?
3. Какие ресурсы мы от них получаем?



### Ключевые активности

Какие действия необходимы для придания ценности продукту?



### Ключевые ресурсы

Какие ресурсы нужны для придания значимости продукту?



### Ценностные предложения

1. В чём ценность продукта для заказчика?
2. Какие проблемы клиента решает продукт?
3. Какими дополнительными преимуществами для клиента обладает продукт?



### Отношения с заказчиком

Как мы коммуницируем с клиентами и развиваем их лояльность?



### Каналы поставки

Через какие каналы будет происходить поставка в пользовательский сегмент?



### Потребительские сегменты

1. Кто наши целевые клиенты?
2. Кто наш главный потребитель?
3. Какие задачи клиенты стремятся решить?
4. Какие проблемы клиентов решают наши продукты?
5. Какие дополнительные выгоды они получают?



### Структура затрат

1. Каковы самые значительные затраты в нашей модели?
2. Какие из ключевых ресурсов дорогие?
3. Какие из ключевых активностей самые дорогие?



### Источники доходов

1. За что именно в продукте платят потребители?
2. Как они оплачивают продукт?
3. Сколько приносит каждый из источников в итоговый доход?