

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<p>Ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες μας;</p> <p>Ποιοι είναι οι κύριοι προμηθευτές μας;</p> <p>Ποια σημαντικά μέσα αποκτάμε από συνεργάτες μας;</p> <p>Ποιες κύριες δραστηριότητες εκτελούν συνεργάτες μας;</p>	<p>Ποιες καθοριστικές εσωτερικές εταιρικές διεργασίες απαιτούν:</p> <p>Η προτεινόμενη αξία;</p> <p>Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;</p> <p>Οι ροές εσόδων;</p>	<p>Τι αξία παρέχουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;</p> <p>Ποιο πρόβλημα κάθε πελατειακής ομάδας βοηθάμε να λυθεί;</p> <p>Τι δέσμες προϊόντων και/η υπηρεσιών προσφέρουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;</p> <p>Ποιες ανάγκες κάθε πελατειακής ομάδας ικανοποιούμε;</p> <p>Ποιο είναι το «ελάχιστο βιώσιμο» προϊόν;</p>	<p>Πως διαχειριζόμαστε την προσέγγιση, απόκτηση εξυπηρέτηση αύξηση και πιστότητα των πελατών;</p> <p>Πως διασυνδέονται με τα λοιπά στοιχεία του business model;</p> <p>Πόσο δαπανηρά είναι;</p>	<p>Για ποιες πελατειακές ομάδες δημιουργούμε αξία;</p> <p>Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί μας πελάτες;</p> <p>Πως διαφοροποιούνται δημογραφικά και ψυχογραφικά;</p>
	Key Resources		Channels	
	<p>Ποιους κύριους πόρους/μέσα απαιτούν:</p> <p>Η προτεινόμενη αξία;</p> <p>Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;</p> <p>Οι πελατειακές σχέσεις;</p> <p>Οι ροές εσόδων;</p>		<p>Μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες μας να τους προσεγγίσουμε;</p> <p>Πως τους προσεγγίζουν άλλες εταιρείες;</p> <p>Ποια κανάλια είναι πιο αποδοτικά; Με τι κόστος;</p> <p>Πως συνδέονται με τις συνήθειες των πελατών;</p>	
Cost Structure		Revenue Streams		
<p>Ποια είναι τα πλέον σημαντικά κόστη του business model μας;</p> <p>Ποια από τα απαιτούμενα μέσα είναι τα πλέον δαπανηρά;</p> <p>Ποιες από τις απαιτούμενες εσωτερικές διεργασίες είναι οι πλέον δαπανηρές ;</p>		<p>Για ποια παρεχόμενη αξία οι πελάτες δέχονται να πληρώσουν;</p> <p>Τι αγοράζουν και τι/πως πληρώνουν σήμερα;</p> <p>Πως θα προτιμούσαν να πληρώσουν;</p> <p>Πως τα επιμέρους έσοδα συμβάλλουν στα συνολικά έσοδα ανά ροή εσόδου;</p>		