


”AFFÄRSIDÉ- OCH PRODUKTUTVECKLING / AFFÄRSMODELLERING”

Wiebke Reim

Entreprenörskap och Innovation

Länk till MOOC: <https://ltuedu.eu-west.catalog.canvaslms.com/browse/mooc/mooc-eng/courses/demystifying-business-models-for-new-entrepreneurs>

Vad är en affärsmodell?

Brett utbud av musik, tillgängligt på ett och samma ställe 

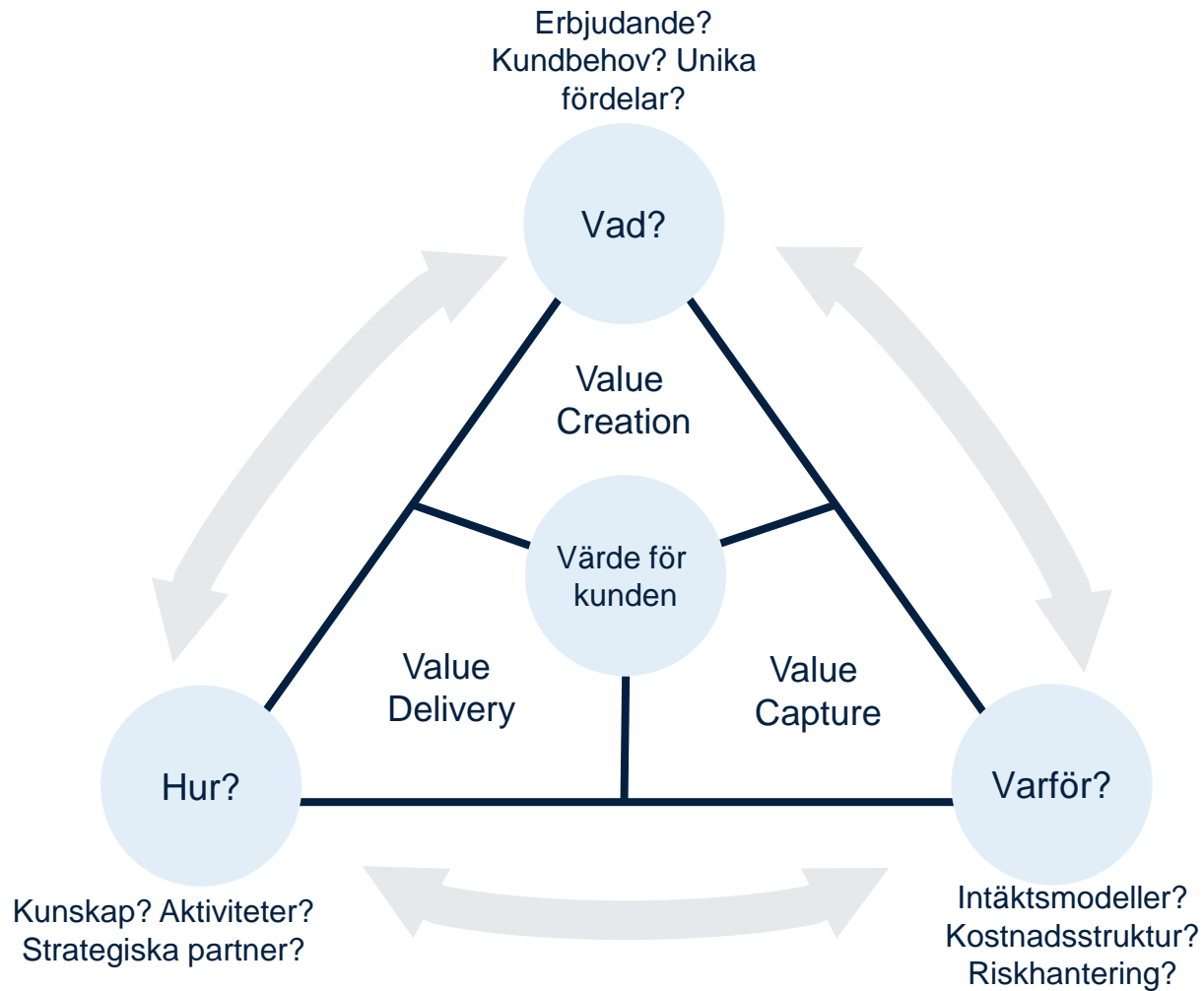
*En affärsmodell beskriver grunden för **hur en organisation skapar, levererar och fångar värde** – Osterwalder & Pigneur, 2010*

Digital plattform 

Abonnemang och reklam 

Vad är en affärsmodell?

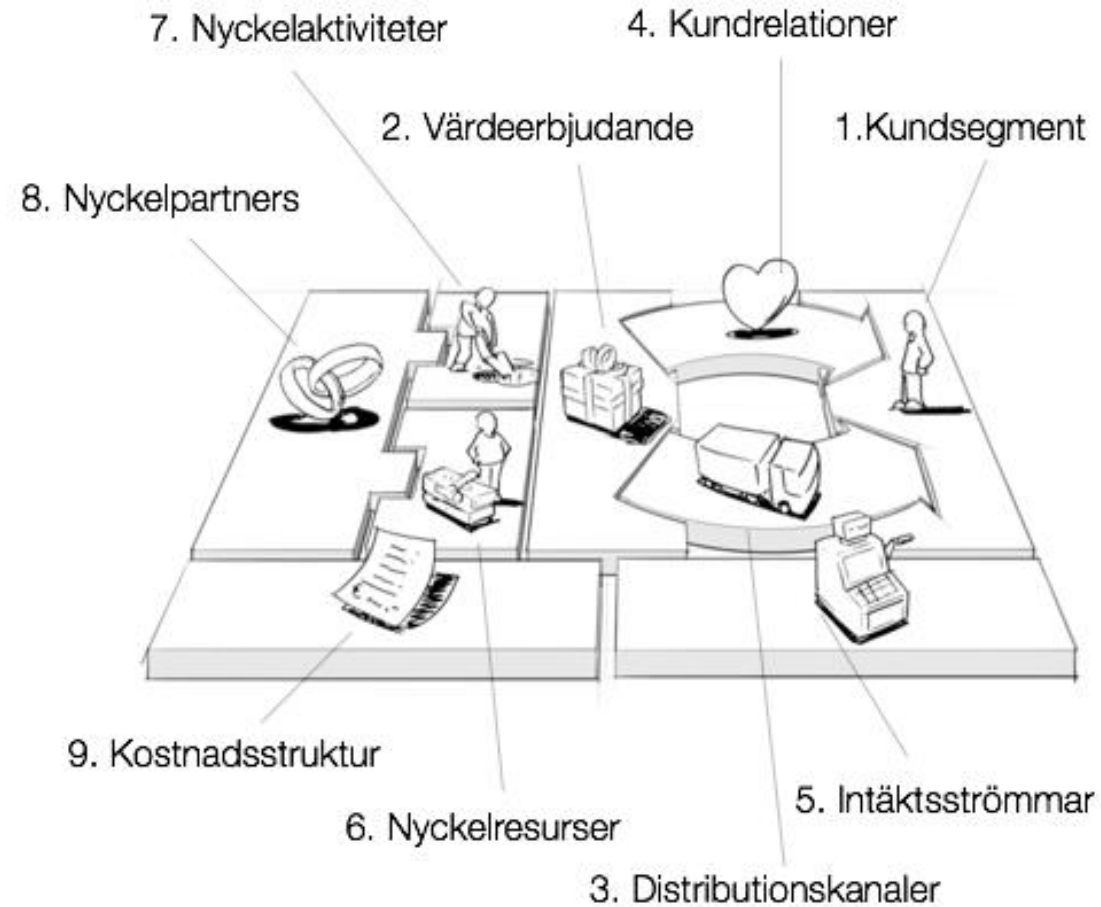
*En affärsmodell beskriver grunden för **hur** en organisation skapar, levererar och fångar värde*



I en bra affärsmodell passar alla element ihop

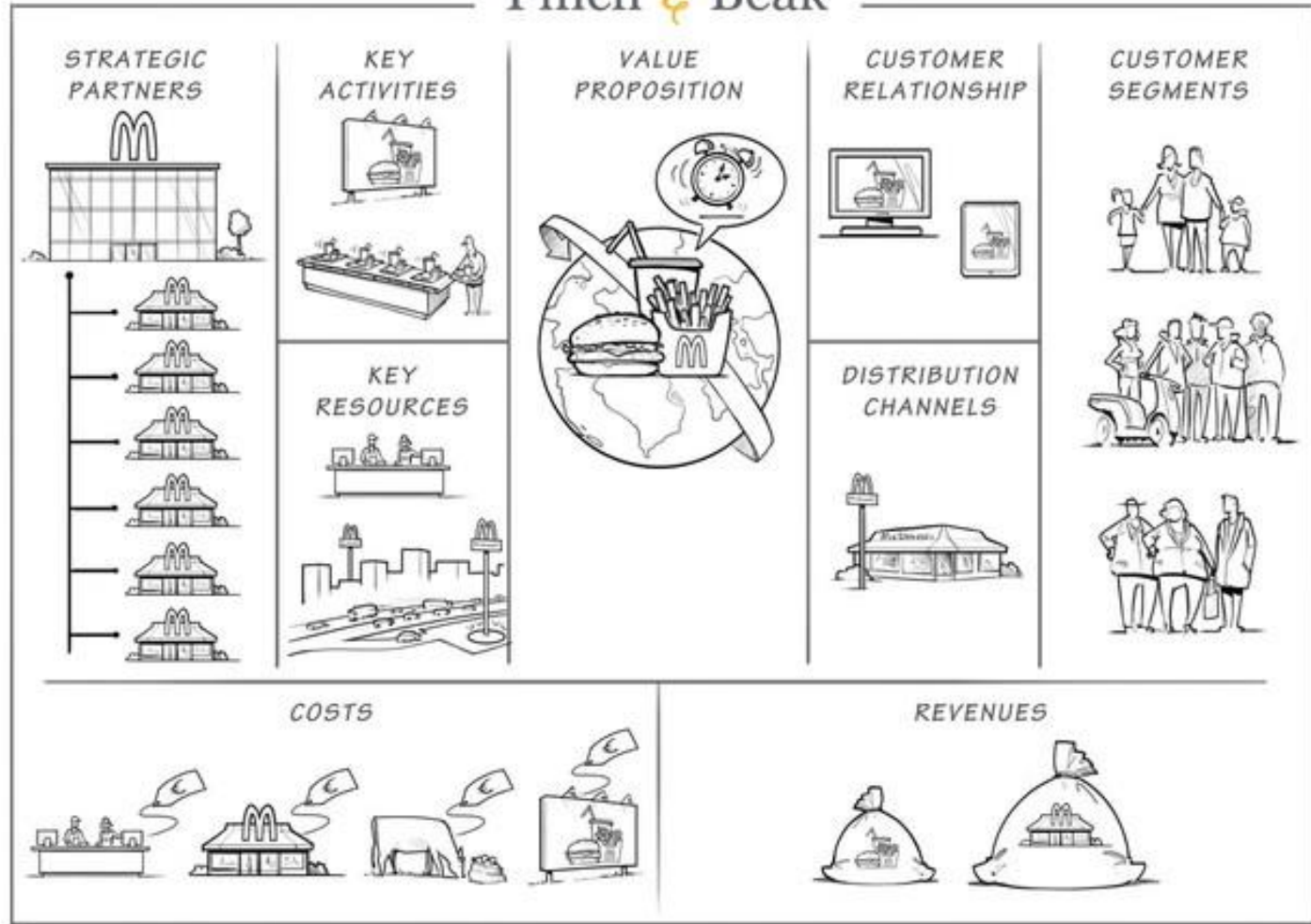
Vad är en Business Model Canvas?

*Ett sätt att dela upp
affärsmodellen i 9
byggstenar*



Exempel: McDonald's

Finch & Beak



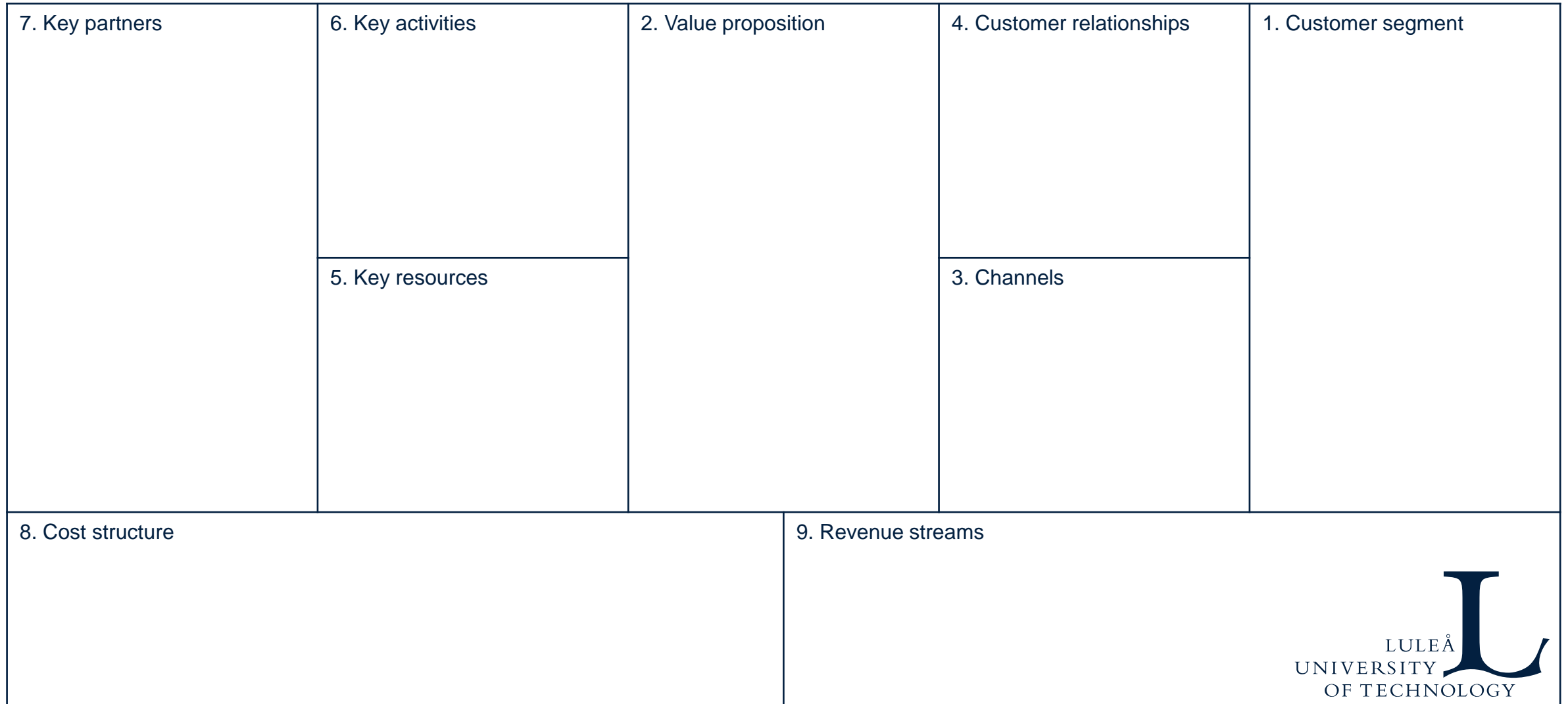
Business Model Canvas

8. Nyckelpartners Vissa aktiviteter genomförs av partners <ul style="list-style-type: none">• Leverantörer• Offentliga institutioner• Strategiska partnerskap	7. Nyckelaktiviteter De viktigaste aktiviteterna som företaget utför <ul style="list-style-type: none">• Produktion• Problemlösning• Plattforms- och nätverksbyggande	2. Värdeerbjudande Lösör kundproblem och tillfredsställer kundbehov <ul style="list-style-type: none">• Nyhet på marknaden• Förbättring• Kundanpassning• Billigare• Varumärke	4. Kundrelationer De relationer företaget har med de olika kundsegmenten <ul style="list-style-type: none">• Personlig kontakt• Kundservice• Communities• Samarbeten	1. Kundsegment De olika kundgrupperna som företaget ämnar att sälja till <ul style="list-style-type: none">• Stor målmarknad• Nischmarknad• Segmenterad marknad
9. Kostnadsstruktur Beskriver alla kostnader för att genomföra affärsmodellen <ul style="list-style-type: none">• Fasta kostnader• Rörliga kostnader	6. Nyckelresurser De viktigaste resurserna som företaget behöver för att genomföra sin affärsmodell <ul style="list-style-type: none">• Fysiska• Immateriella• Personal• Finansiella		3. Distributionskanaler Företaget kommunicerar, levererar och säljer sitt värdeerbjudande <ul style="list-style-type: none">• Egen försäljning (försäljare, fysisk butik, webhandel)• Försäljning via partners (återförsäljare, grossister)	
		5. Intäktsströmmar Pengar som företaget genererar från värdeerbjudandet <ul style="list-style-type: none">• Försäljning av produkt/tjänst• Abonnemangsavgift• Låna/Hyra/Leasing• Reklamintäkter		

Business model canvas - Arctic Bath

<p>7. Key partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cleaning company, facility service - Owners and their networks - Travel agencies, DMCs - Activity/tour operators - Village community - Swedish Lapland, Boden tourist 	<p>6. Key activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spa and service - Events - Customer contact - House keeping - Restaurant - Reception and lounge - Maintenance 	<p>2. Value proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flooding hotel with a cold bath in the middle - Food and local products - Unique luxury hotel and spa - Hassle-free, continuous, stress-free stay - Embedded in nature - Experience of life in the north and freedom - Nordic activities - Build with history and sustainability in mind - Service-oriented 	<p>4. Customer relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Customized - Communication before the stay - Talk about their dreams - Zoom, teams, phone, mail - Feedback 	<p>1. Customer segment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Well-travelled, curious entrepreneurs - Travelers ready for the unexpected adventure - High-end customers - Family and company gatherings, celebrations - Foodies
<p>8. Cost structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salaries and training - Maintenance - Buildings - Equipment 	<p>9. Revenue streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Room rates - Food and drinks - Services - Activity commission - Extras 			

Business model canvas





Tack!

- Kontakt:
wiebke.reim@ltu.se



LULEÅ
UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY

