

<p>Ключевые партнеры</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кто наши ключевые партнеры? • Кто наши ключевые поставщики? • Какие ключевые ресурсы получаем от партнеров? • Какие ключевые виды деятельности выполняют наши партнеры? 	<p>Ключевые виды деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Каких видов деятельности требуют наши ценностные предложения? • ... каналы сбыта? • ... взаимоотношения с клиентами? • ... потоки доходов? 	<p>Ценностное предложение</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какую ценность мы предоставляем потребителям? • Какие проблемы потребителей мы решаем? • Набор каких товаров и услуг предлагаем нашим потребительским сегментам? • Какие потребности потребителей удовлетворяем? 	<p>Взаимоотношения с клиентами</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отношений какого типа ждет каждый потребительский сегмент? • Какие отношения установлены? • Как они интегрированы в общую схему бизнес-модели? • Как дорого нам это обходится? 	<p>Потребительские сегменты</p> <ul style="list-style-type: none"> • Для кого мы создаем ценность? • Кто наши наиболее важные покупатели?
<p>Структура расходов</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какие наиболее важные расходы предполагает наша бизнес-модель? • Какие ключевые ресурсы являются самыми дорогими? • Какие ключевые виды деятельности требуют наибольших затрат? 	<p>Потоки поступления доходов</p> <ul style="list-style-type: none"> • За какие ценности наши потребительские сегменты действительно готовы платить? • За что они платят в настоящее время? • Каким образом платят? • Как они предпочитают платить? • Какую часть общей прибыли приносит каждый поток поступления доходов? 			