

LIIKETOIMINNAN CANVAS

KUMPPANIT
8

Keitä ovat tärkeimmät toimittajamme?
 Keitä ovat tärkeimmät kumppanimme?
 Mitä resursseja saamme heiltä?
 Mitä ydintoimintoja kumppanimme hoitavat?

Kuinka voimme tehdä koko toimitusketjustamme kestävämmän, läpinäkyvämmän, enemmän kiertotalouden toimintaperiaatteiden mukaisesti toimivan?

YDINTOIMINNOT
6

Mitä ydintoimintoja arvolupauksemme edellyttää?
 Voimmeko muuttaa toimintojamme vastuullisemmiksi?
 Voimmeko hyödyntää siinä uutta teknologiaa?

RESURSSIT
7

Mitä ydinresursseja arvolupauksemme vaatii?
 Voimmeko korvata resursseja vastuullisemmilla?

ARVOLUPAUS
2

Mitä arvoa tuotamme asiakkaalle?
 Mitä asiakkaan ongelmia ratkaisemme?
 Millaisia asiakastarpeita tyydytämme?
 Voimmeko ratkaista asiakkaan tarpeita kestävämmiin?
 Pystymmekö pidentämään tuotteemme elinkaarta?
 Voimmeko tarjota tuotteemme omistamisen sijaan palveluna?
 Mikä tekee meistä ainutlaatuisen?

ASIAKASSUHDE
4

Millaista suhdetta kukin asiakasryhmä meiltä odottaa?
 Millainen suhde on jo olemassa?
 Miten olemassa olevat suhteet liittyvät uuteen liiketoimintamalliin?
 Kuinka voimme yhdessä asiakkaamme kanssa edistää vastuullisuutta?

ASIAKASRYHMÄT

Kenelle tuotamme arvoa?

Keitä ovat tärkeimmät asiakkaamme?

1

Kuinka voimme auttaa asiakkaitamme saavuttamaan vastuullisuustavoitteet?

KANAVAT
5

Miten arvolupaus toimitetaan asiakkaalle?
 Miten kanavat muuttuvat asiakkuuden elinkaaren eri vaiheissa?
 Miten tavoitamme asiakkaat?
 Miten kanavat toimivat yhdessä?
 Mitkä toimivat parhaiten?
 Mitkä ovat kustannustehokkaimpia?
 Kuinka voimme tehdä toimituskanavistamme vastuullisemmin ja kiertotalouden periaatteiden mukaan toimivia?

KULURAKENNE

Mitkä ovat merkittävimmät kulumme?
 Mitkä resurssit ovat kalleimpia?
 Mitkä ydinprosessit ovat kalleimpia?

MIHIN ETUUN TOIMINTA PERUSTUU?

Kustannusjohtajuus
 Erottautuminen?

Voimmeko muuttaa toimintaa/resursseja kestävämmiksi taloudellisin perustein?

9
TULOVIRRAT
3

Mistä asiakkaamme ovat valmiita maksamaan?
 Mistä he tällä hetkellä maksavat?
 Miten he maksavat nyt?
 Miten he haluaisivat maksaa?
 Mikä on tulovirran tyyppi?
 Mikä on hinnoittelumalli?
 Mikä on yksittäisen tulovirran merkitys kokonaisliikevaihdolle?
 Millä edellytyksillä tulovirrat ylittävät kustannukset (milloin break-even tapahtuu)?
 Ovatko asiakkaat valmiita maksamaan enemmän vastuullisista tuotteista?