










# Business Model Canvas

<b>STRATEGISCHE PARTNERS</b> 	<b>KERNACTIVITEITEN</b> 	<b>WAARDEPROPOSITIE</b> 	<b>KLANTRELATIES</b> 	<b>KLANTGROEPEN</b> 
Met welke partners en leveranciers werken wij samen?	Welke activiteiten zijn minimaal nodig om onze waardeproposities aan de verschillende klantgroepen aan te kunnen bieden?	Welke waardeproducten of diensten bieden wij de verschillende klantgroepen? Welke problemen lossen wij op?	Wat is de aard van de relatie die wij met de verschillende klantgroepen hebben?	Wat zijn onze belangrijkste klantgroepen? Voor wie creëren wij waarde?
	<b>MENSEN &amp; MIDDELEN</b> 		<b>KANALEN</b> 	
	Welke mensen & middelen zijn essentieel om onze waardepropositie(s) aan te kunnen bieden?		Welke communicatiemiddelen en distributiekanaalen gebruiken wij om onze klantgroepen te bedienen?	
<b>KOSTENSTRUCTUUR</b> 	<b>INKOMSTENSTROMEN</b> 			
Welke kosten maken wij om de waardepropositie(s) aan de klant te kunnen leveren?	Op welke wijze leveren wij de verschillende klantgroepen een bijdrage? De bijdrage kan zowel in geld (in cash) zijn als in middelen (in-kind).			