

Äriplaan ühel lehel. (idee nimi), meeskond:

(8) Millised olulisemad **partnerid** aitavad meil äri teha?



Kellega teeme koostööd ja mida neilt saame / vastu pakume?

(6) Millised olulisemad **tegevused** hoiavad meie äri käimas?



Mida on vaja teha, et saaksime klientidele väärtust pakkuda?

(tootmine, kliendisuhete loomine ja hoidmine probleemide lahendamine, platvorm/võrgustik)

(7) Milliseid olulisemaid **vahendeid** vajame äri käimas hoidmiseks?



Mida vajame tootmiseks, teenindamiseks ja enda ärimudeli toimimiseks?

(seadmed, intellektuaalomand, inimesed, finantsid)

(1) Millist **väärtust** me kliendile pakume ja miks see hea on?



Miks on meie teenus kliendile kasulik? Milliseid kliendi probleeme see lahendab?

(uudsus, vastupidavus, disain, hind, kulude või riskide vähendamine, kättesaadavus, kasutamise lihtsus)

(4) Kuidas loome ja hoiame **suhteid klientidega**?



Milliseid suhteid iga kliendigrupp meilt ootab? Millised on tema eelistused?

(personaalne abi, hooliv teenindus, iseteenindus, automatiseeritud teenused, kogukonnad, koosloomine)

(3) Kuidas teenus **klientideni jõuab**?



Kuidas nad Sinu teenuseni jõuavad? Kuidas nad seda ostavad ja kätte saavad?

(etapid: teadlikkus, väärtustamine, ost, kohaletoimetamine, järelmüük)

(2) **Kellele** tasub eelkõige pakkuda?



Mis neid iseloomustab? Kui palju neid on? Kes on kõige tähtsamad kliendid?

(massitur, nišitur, segmendid, hajutatud, mitmepoolne platvorm)

(9) Mille jaoks **raha kulub**?

Millised tegevused, vahendid ja ressursid on kõige kulukamad? Kas meie äri keskendub kulude minimeerimisele või väärtuse maksimeerimisele? Kas meie tulud katavad kulusid?



Põhitegurid: püsikulud (palk, rent), muutuvkulud (täiendav kulu iga ühiku pealt), skaleerimine (koguse mõju hinnale)

(5) **Kust raha tuleb**?

Kuidas raha saame? Millise väärtuse eest on kliendid valmis maksta? Kui palju nad maksavad?



Tulu tüübid: vara müük, rentimine, tellimistasud, litsentseerimine, maakleritasud, reklaam
Hinnapoliitika: püsihind (hinnakiri, toote omadustest või kliendisegmendist lähtuv) või dünaamiline hind (läbirääkimised, turu nõudluse järgi)