







 <p>שותפי מפתח מי יכול לעזור לנו להצליח עם המודל העסקי? שותף הוא מי שעוזר לנו להפחית סיכונים, להגיע לשוקים שאנחנו לא מכירים, שמעמיד לרשותנו ידע שחסר לנו.</p>	 <p>פעולות עיקריות מהם הפעולות העיקריות המדרשות לבניית הערך שאנו מייצרים ללקוח, לפיתוח וייצור המוצר, להקמת מערכת ההפצה, לבניית קשרי הלקוחות, להקמת מערכת הגביה?</p>	 <p>הערך המוצע ללקוח Value Proposition מהו הפתרון שאנחנו מציעים ללקוח? כיצד הפתרון שלנו עוזר ללקוח לפתור את הבעיה המרכזית שלו?</p>	 <p>קשרי לקוחות אילו יחסים אנחנו מפתחים עם כל לקוח? כיצד אנחנו משמרים את הלקוח שלנו?</p>	 <p>פילוח הלקוחות מי הם הלקוחות אותם אנחנו רוצים לשרת? כיצד הם מתקבצים לפלחי שוק? איזו בעיה הם רוצים לפתור?</p>
 <p>מבנה עלויות כמה זה עולה לנו? מהן ההוצאות העיקריות שיש לנו? (שיווק, הפצה, מיתוג, יצור, מימון וכדומה)</p>	 <p>משאבים עיקריים מהם המשאבים העיקריים הנחוצים לל המודל העסקי? למשל מקום, ידע, עובדים, מותג, מימון וכדומה</p>	 <p>ערוצי הפצה כיצד נביא את המוצר למודעות? כיצד נסייע ללקוח לבדוק אם המוצר מתאים לו? היכן הלקוח ירכוש את המוצר או השירות? כיצד נעביר את המוצר או השירות ללקוח? אילו שירותים יקבל הלקוח לאחר המכירה וכיצד נספקם?</p>	 <p>יצירת זרם מזומנים עבור מה הלקוחות יהיו מוכנים לשלם (קניית מוצר, דמי מנוי, דמי שכירות, דמי תיווך, תמלוגים)? עבור מה הם משלמים היום? כיצד הם יעדיפו לשלם? כיצד נגבה את התשלום מהלקוחות?</p>	