

# BUSINESS „MODEL YOU“

Eine innovative und wirkungsvolle Methodik in 4 Schritten,  
um „persönliche Geschäftsmodelle“ zu entwickeln



## Business Model You

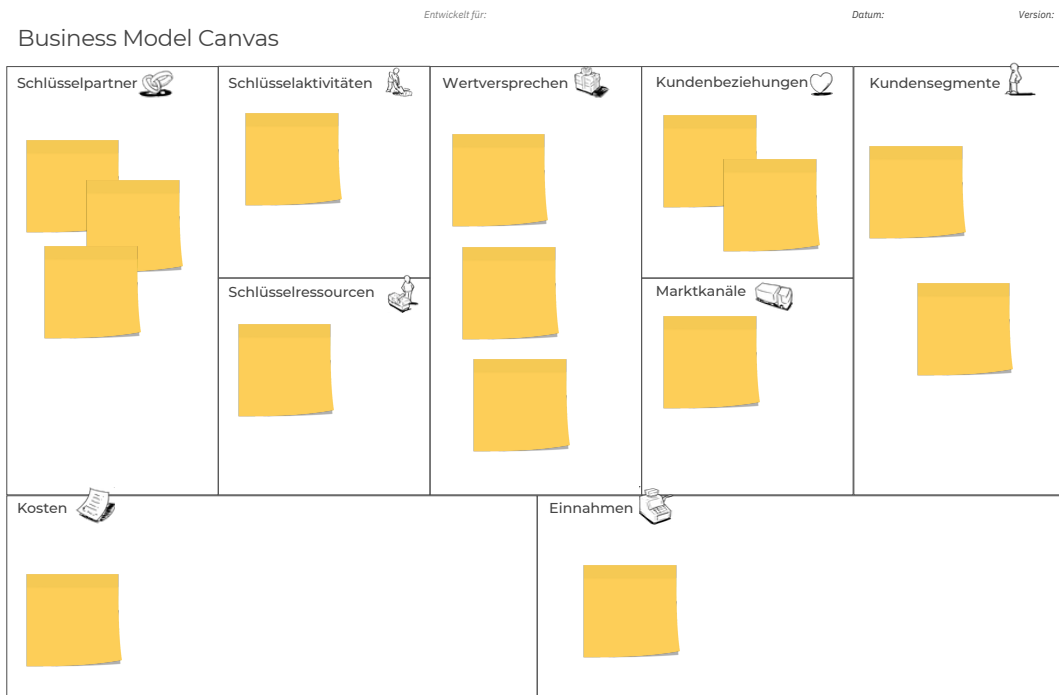
Es geht darum, ein Geschäftsmodell so auszuarbeiten, dass es logisch funktioniert. Anders gesagt: Es ist die Logik, mit der ein Unternehmen seinen Lebensunterhalt verdient.

Jede Organisation hat ein Geschäftsmodell

Ein solches Geschäftsmodell brauchst Du auch, wenn Du Dir ein eigenes Coaching-Business aufbauen willst. Mit dieser Methodik geht es darum, in einfachen Schritten Dein eigenes Geschäftsmodell zu kreieren, dies auf eine unkomplizierte Art und Weise.

Und so geht's:

- Lies als erstes die „neun Bausteine“ in Ruhe durch
- Drucke Dir die Canvas (Separates PDF) aus
- Klebe Haftnotizen (PostIt, etc.) darauf
- Beschreibe nun die einzelnen Bausteine Deiner Organisation (Geschäftsidee)



## Die 9 Bausteine



### Kunden

Du bedienst Kunden



### Wertangebot

Indem Du Kundenprobleme löst oder Bedürfnisse erfüllst



### Kanäle

Du kommunizierst und vermittelst Werte auf verschiedene Arten



### Kundenbeziehung

Und knüpfst und hältst unterschiedliche Beziehungen zu Kunden aufrecht



### Umsatz

Geld kommt herein, wenn die Kunden für den vermittelten Wert bezahlen



### Schlüsselressourcen

Pferde, Location, Methoden, Finanzen



### Schlüsselaktivitäten

Notwendige Dinge, damit die geschulterten Elemente erarbeitet werden können



### Schlüsselpartner

Wen braucht es noch?



### Kosten

Das sind die Aufwendungen für die Beschaffung von Schlüsselressourcen, für die Durchführung von Schlüsselaktivitäten und für die Zusammenarbeit mit Schlüsselpartnern.



## Kunden

Ob Du Kunden hast oder nicht ist entscheidend dafür, ob Dein Geschäftsmodell funktioniert . Also setze Dich gut damit auseinander, wer Deine zukünftigen Kunden sind (Kundenavatar)

- Wer sind Deine Kunden
- gibt es verschiedenen Kundengruppen?



## Wertangebot

Die Fähigkeit, aussergewöhnlichen Wert anzubieten, ist der Hauptgrund, warum Kunden einer Organisation vor anderen den Vorzug geben. Was machst Du anders, wo liegt Deine Einzigartigkeit?

- Was ist der Nutzen Deines Kunden?
- Was vermittelst Du Deinem Kunden?
- Welchen Vorteil hat er dadurch für sich selbst?



## Kanäle

Kanäle haben fünf Funktionen:

- Dienstleistung oder Produkt bekannt zu machen
- potentiellen Kunden zu helfen, Produkte oder Dienstleistungen zu bewerten
- Kunden zum Kauf zu befähigen
- Kunden einen Wert zu vermitteln
- die Zufriedenheit auch nach dem Kauf durch Supportleistungen zu fördern

### Typische Kanäle sind:

- Persönlich oder Telefonisch
- vor Ort
- physische Auslieferung
- Im Internet, Social Media, Blogs, Emails)
- traditionelle Medien (Fernsehen, Radio, Zeitungen, etc.)



## Kundenbeziehung

Welche Art von Kundenbeziehung wählst Du für Dein Vorhaben?

- Neukunden
- Folgeangebote für bestehende Kunden



## Umsatz

- Preisgestaltung. Überlege Dir hier:
- Welcher Preis ist passend zum Wertangebot.
- Was gehört in den Preis?
- Welcher Preis ist für mein Angebot gewinnbringend?
- Mit welcher Preisstruktur fühle ich mich wohl ?
- Was sind die Kunden bereit zu bezahlen?



## Schlüsselressourcen

Welche Ressourcen brauchst Du für Dein Geschäftsmodell:

- Menschlich/tierisch
- Physisch (Grundstücke, Infrastruktur, Auto, Pferdetransporter, etc.)
- Geistig (Methode, Marke, Strategie & Konzept)
- Finanziell (Finanzielle Sicherheit)



### Schlüsselaktivitäten

Welches sind die wichtigsten Dinge, die ich tun muss, damit mein Geschäftsmodell funktioniert?

- Ausführen (Coachings)
- Verkaufen
- Unterstützen (Buchhaltung, Administration)



### Schlüsselpartner

Welches Netzwerk sorgt dafür, dass mein Geschäftsmodell effektiv ist?  
Mache Dir hier Gedanken zu:

- Mögliche Partnerschaften
- Mitgliedschaften
- Gruppen für Austausch, Reflexion und Ideenfindung



### Kosten

Um Wert zu schaffen und zu vermitteln, Kundenbeziehungen zu pflegen und Umsatz zu generieren, wird Geld gebraucht. Die Kosten können grob berechnet werden, nachdem die Schlüsselressourcen, die Schlüsselaktivitäten und die Schlüsselpartner feststehen.

# Beispiel Geschäftsmodell PUC

Entwickelt für:

Datum:

Version:

## Business Model Canvas



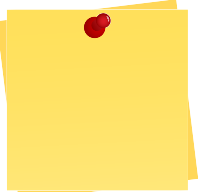
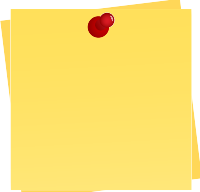

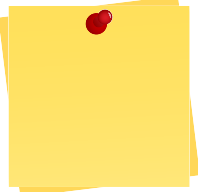

# Und jetzt bist Du an der Reihe:

Entwickelt für:

Datum:

Version:

## Business Model Canvas

<p>Schlüsselpartner </p> 	<p>Schlüsselaktivitäten </p>  <p>Schlüsselressourcen </p> 	<p>Wertversprechen </p> 	<p>Kundenbeziehungen </p>  <p>Marktkanäle </p> 	<p>Kundensegmente </p> 
<p>Kosten </p> 		<p>Einnahmen </p> 		

Drucke Dir die Vorlage im beiliegenden PDF aus und beginne mit dem kreieren Deines Geschäftsmodells! Viel Spass dabei!!!