

Den sociale forretningsmodel

<p>NØGLERESSOURCER Hvilke ressourcer har du brug for til at drive din forretning/aktiviteter? (Mennesker, økonomi, faciliteter, kompetencer mv.)</p>	<p>NØGLEAKTIVITETER Hvad er de primære aktiviteter og indsatser? Hvilke aktiviteter er nødvendige i værdiskabelsen?</p>	<p>SOCIAL VALUE PROPOSITION Hvilken positiv forandring skaber du? Hvordan er <i>din</i> løsning bedre? Hvordan vil du måle/bevise, at du skaber social værdi?</p>	<p>RELATION TIL SAG/MÅLGRUPPE Hvordan når og hjælper du din målgruppe/interessenter? Hvordan inkluderer du dem og sikrer, at du møder deres behov?</p>		<p>SAG/MÅLGRUPPE Hvilken sag eller målgrupper arbejder du for/med?</p>
<p>PARTNERE / NØGLEINTERESSETER Hvilke interessenter, partnere, leverandører mv. skal du involvere i din forretning for at lykkes? Tænk på dine begrænsninger - er der nogle juridiske eller økonomiske barrierer?</p>	<p>KOMMERCIEL VALUE PROPOSITION Hvilken værdi får dine kunder ud af at købe dit produkt?</p>		<p>SALGSKANALER Gennem hvilke kanaler sælges og leveres der? Hvor møder du dine kunder?</p>	<p>KUNDERRELATIONER Hvordan servicerer og fastholder du dine kunder?</p>	<p>KUNDER Hvem er dine (første, største, vigtigste) kunder?</p>
<p>OMKOSTNINGER Hvor er dine største omkostninger? Hvordan vil de ændre sig, når din forretning vokser?</p>	<p>OVERSKUD Hvordan anvendes overskuddet?</p>		<p>INDTÆGTER Hvordan fordeler omsætningen sig? Hvor skal væksten komme fra?</p>		