

Appendix Sustainable Business Model Canvas

	Nyckelpartners	Vilka blir våra viktigaste samarbetspartners? Ex: Viktiga leverantörer, finansiärer
	Nyckelaktiviteter	Vilka är våra mest kritiska aktiviteter för att affärsmodellen ska fungera? Alternativt, vad kan vi inte outsourca? Ex: Tillverkning, försäljning, interna processer
	Nyckelresurser	Vilka resurser är mest kritiska för att vi ska lyckas? Ex: Specialiserade medarbetare, systemstöd, anläggningar/tillgångar
	Värdeerbjudande	Vilket underliggande behov är det kunden har, och hur löser vi det behovet? Ex: att ta sig från A till B à taxibolag, biltillverkare, elscooterbolag
	Kundrelationer	Hur kommunicerar vi med kunden och hur bygger vi relationer? Ex: långa/korta relationer, personlig touch, branding
	Kanaler	Var kan kunden köpa våra erbjudanden? Ex: Butik, hemsida, återförsäljare
	Kundsegment	Vilken målgrupp riktar vi oss mot? Ex: Geografi, ålder, intressen, köpkraft, lyx/basic
	Eventuell negativ påverkan på intressenter, samhälle och planet	Hur påverkar vår verksamhet miljön och samhället negativt? Ex: Ökade utsläpp, användande av ej förnybara resurser, bristande kundsekretess och integritet
	Fokusområden för hållbarhet	Inom vilka hållbarhetsområden görs störst skillnad? Ex: Resursanvändning, biologisk mångfald, goda arbetsvillkor, bidra till lokalsamhället
	Värden för intressenter, samhälle och planet	Vilka värden skapar vi för våra intressenter och samhället i stort? Ex: Minskade utsläpp, mindre avfall, ökad resurseffektivitet, bättre arbetsvillkor
	Kostnadsstrukturer	Vilka kommer våra största och viktigaste kostnader att vara? Ex: Materialinköp, maskiner, personal, systemstöd
	Intäktsströmmar	Hur tar vi betalt för det värde vi skapar? Ex: Engångsbetalning, prenumeration, tilläggstjänster, serviceavtal