

# Business Canvas in Social Media Strategieprozessen (pbsm)

<p><b>Schlüsselpartner</b> des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die Schlüsselpartner und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell</p> <p>Konsequenzen aus Veränderungspotenzial von Social Media auf Schlüsselpartner für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells</p> <p>Input aus Schlüsselpartner für die Social Media Strategieentwicklung.</p>	<p><b>Schlüsselaktivitäten</b> des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die Schlüsselaktivitäten und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell</p> <p>Konsequenzen aus der Veränderung durch Social Media auf unsere Schlüsselaktivitäten für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells</p> <p>Input aus unseren Schlüsselaktivitäten für die Social Media Strategieentwicklung.</p>	<p><b>Wertangebote</b> in Form von Problemen und Lösungen des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die aktuellen Wertangebote und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell</p> <p>Konsequenzen aus Veränderungspotenzial von Social Media auf unsere Wertangebote für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells</p> <p>Input aus Wertangeboten für die Social Media Strategieentwicklung.</p>	<p><b>Kundenbeziehungen</b> des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die Kundenbeziehungen und evtl. Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell.</p> <p>Konsequenzen aus der Veränderung durch Social Media als Input für die Anpassung des Geschäftsmodells.</p> <p>Input aus den Kundenbeziehungen für die Social Media Strategieentwicklung.</p>	<p><b>Kundensegmente</b> anhand der Kriterien und Gründe der bestehenden Segmentierung</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die aktuelle Kundensegmentierung und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell.</p> <p>Konsequenzen aus Veränderungspotenzial von Social Media auf unsere Segmentierung über die Auswirkungen auf die Kriterien der Segmentierung für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells.</p> <p>Input aus Wertangeboten für die Social Media Strategieentwicklung.</p>
<p><b>Kostenstruktur</b> Bestehende Kostenstruktur</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die aktuelle Kostenstruktur und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell.</p> <p>Konsequenzen aus Veränderungspotenzial von Social Media auf unsere Kostenstruktur für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells.</p> <p>Input aus Wertangeboten für die Social Media Strategieentwicklung.</p>		<p><b>Erlösstruktur</b> Bestehende Erlösstruktur</p> <p>Veränderungspotenzial von Social Media auf die aktuelle Erlösstruktur und Auswirkungen auf unser Geschäftsmodell.</p> <p>Konsequenzen aus Veränderungspotenzial von Social Media auf unsere Erlösstruktur für die evtl. Anpassung unseres Geschäftsmodells.</p> <p>Input aus Wertangeboten für die Social Media Strategieentwicklung.</p>		

Inhalt des aktuellen Geschäftsmodells - Veränderungspotenzial Social Media - Konsequenzen für Geschäftsmodell - Input für die Strategieentwicklung Social Media

©Strategyzer.com (Business Canvas)

©Wilfried Schock (Inhalte Social Media)

