

1. Key Partners

Innkjøpsgiganter

grossister etc

fabrikk

designteam

2. Key Activities

Design koffert/bag

Solid koffert eller bag med integrert skisystem og mulighet for å legges sammen for å spare plass under lagring i sommerhalvåret.

Produsere produkt

Muligens i lavkostland, men nødvendigvis på etisk, miljøbevisst og moralsk vis.

Spre ordet om produktet

Gjennom jungeltelegrafan, nettforum, sosiale media, aviser og magasiner.

Gjøre produktet tilgjengelig for kundene

**Inngå avtaler med store supermarkedkjeder og innkjøpsgrupper (Norgesgruppen) i inn- og utland. **Lage nettbutikk. **Inngå avtaler med skihoteller.

3. Value Proposition

En lettere måte å frakte bagasje over varierende underlag som snø og grus

romslig, solid koffert/bag med integrerte nedfellbare ski.

4. Customer Relationships

Venner og kjenninger

Vis dem verdien av produktet og overtal dem til å kjøpe.

Jungeltelegrafan

Potensielle kunder hører om produktet fra venner. Eller enda bedre, ser det i aksjon.

Sosiale media

Tilstedeværelse på sosiale media og nettforum som brukes av kundegrupper.

Mail-basert kundeservice

Et billig og mer håndterlig alternativ til kundeservice via telefon

5. Customer Segments

Skiturist

**Har med seg en eller flere bagger eller koffertter med klær og utstyr. **Pengesterk, tar kanskje drosje til hotellet. **Ønsker å slite minst mulig, så dem kan nyte ferien. **Bor på hotell nært alpinanlegget

Skiboms

**Har en bag eller koffert++ med klær og skistøvler, og en annen bag med ski/snowboard. **Opptatt av å spare penger, så han unngår dyre løsninger som hotell og drosje. **Bor på airBnB, hos venner eller sover i bilen relativt nært alpinanlegget. **Har et større behov for produktet enn skituristen.

Lokalbefolkning

****Vandrer lengre strekninger over meget varierende underlag med bagasjen. **Tar gjerne bussen eller kjører dit de skal. **Behøver produktet for å unngå belastningsskader. **Har sjelden skiutstyr med når de reiser.**

6. Key Resources

Fabrikk

\$\$\$

materialer

\$

designteam

\$/eierandeler

patent

7. Channels

Supermarkeder

Kunde oppdager produktet, ser nytten i det, og kjøper det før de reiser.

Nettbutikk

Kunde får høre om produktet fra andre, eller oppsøker nettbutikken på egenhånd.

Alpinanlegget/hotellet

Kunde er på sin destinasjon, ser produktet og tenker "farsken at æ ikke kjøpte det før æ reiste". Han får teste et produkt i miljøet det skal brukes og blir imponert.

8. Cost Structure

oppstartkostnader

1-10millioner

frakt

10-70kr per enhet (store kvanta)

produksjonskostnad

150-400kr per enhet

materialkostnad

100-250kr per enhet

9. Revenue Streams

Pris per produkt

I nettbutikk: 2000kr

Salg til butikker

1000-1500kr

Utsalgspris i butikk

2300-2700kr