

Ključni partneri Ovaj pojam se odnosi na partnere u tradicionalnom smislu te reči. Odnosi se na sve firme, spoljašnje saradnike, dobavljače, logistiku... koji će vam biti pomoć u razvoju posla i doprinostiti ukupnoj vrednosti proizvoda ili usluge.	Ključne aktivnosti Šta morate da uradite, koje su to aktivnosti koje morate da preduzmete da biste isporučili vrednost vašeg proizvoda ili usluge krajnjim korisnicima.	Vrednost vašeg proizvoda/usluge Proizvodi i usluge koji nudite klijentima kako biste ispunili njihove potrebe i zahteve. Vrednost vaše ponude je ono što vas čini jedinstvenima na tržištu, po čemu se razlikujete od konkurencije. Vrednost može da se izrazi kroz cenu, kroz dizajn, pristupačnost i dostupnost, tehnologiju koju koristi, karakteristike samog proizvoda ili usluge, geografskog porekla proizvoda, specifičnih karakteristika sirovine koja se koristi ili lokacije na kojoj se nalazi vaše gazdinstvo, vaše lične i ljudske vrednosti....	Odnos sa kupcima Strategija za građenje dugoročnih kvalitetnih odnosa sa kupcima.	Klijenti Treba da imate jasnu predstavu ko su vaši klijenti kako biste maksimalno iskoristili sve ostale blokove iz ove vežbe: šta ćete da im ponudite, kako će to komunicirate, na koji način ćete stići do njih – kanali komunikacije i kanali distribucije. Persona je odličan alat koji može da se koristi u tu svrhu – segmentujete tržište, na osnovu toga planirate marketing i prodaju. Možete imate više segmenata tržišta, ne samo jedno.
	Ključni resursi Šta vam je potrebno od resursa – ljudi, vreme, novac, oprema, prostorije, znanje, iskustvo, veštine.		Kanali distribucije Kako će proizvod ili usluga efektivno stizati do kupaca/korisnika.	
Struktura troškova/ Cash flow Kalkulacija cena Prihodi i rashodi – cash flow matrica			Prihodi Na koje sve načine planirate da zaradite novac – prodaja proizvoda primarne proizvodnje, prerada, radionice, dodatni sadržaji...	

Osterwilder, 2008.

Ključni partneri	Ključne aktivnosti	Vrednost vašeg proizvoda/usluge	Odnos sa kupcima	Klijenti
	Ključni resursi		Kanali distribucije	
Struktura troškova/ Cash flow			Prihodi	