

Angebotskizze Canvas



ANGEBOT IN EINEM SATZ: Täglich besser leben.		Erstellt für: MIGROS Genossenschaft Zürich		Erstellt von: Sandra Meier
SCHNITTSTELLEN <ul style="list-style-type: none"> • Einkaufszentren • Bahnhöfe • stark frequentierte Orte in der Region Zürich • Home delivery (Onlineshop) 	SCHLÜSSELFUNKTIONEN <ul style="list-style-type: none"> • Vertrieb von Konsum- und Dienstleistungsprodukten (Detailhandel,) • Betreiben von Handelsplattformen 	NUTZENVERSPRECHEN <ul style="list-style-type: none"> • Wir decken mit unserem Konsum- und Dienstleistungsprodukten die Bedürfnisse des täglichen Lebens ab. 	MARKENBILDUNG/ EMOTIONALE BINDUNG <ul style="list-style-type: none"> • Engagement für Nachhaltigkeit → Engagement für die Zukunft seiner Kunden • Engagement in Kultur und Bildung 	KUNDENARTEN <p>Bevölkerung aus dem Raum Zürich wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundula Felber (Familienmensch, Mutter, Nachhaltigkeit) • Senioren die das Leben genießen wollen • Mittagsgäste mit wenig Zeit • Personen mit kleinem Budget (Schüler, Studierende,...) • Wohlhabende Kunden mit Exklusivitätsanspruch
	SCHLÜSSELRESSOURCEN <ul style="list-style-type: none"> • zuverlässige Lieferanten mit guten Produkten • Plattformen wie Ladenlokale & Internetseiten um Handel abzuschliessen • Mitarbeitende 	DIFFERENZIERUNG <ul style="list-style-type: none"> • erfolgs- und leistungsorientiert • der Nachhaltigkeit verpflichtet 	KUNDE-ANGEBOT-KOMMUNIKATION <ul style="list-style-type: none"> • Printwerbung • TV-Spots • eigene Zeitung • hohe Ladendichte • Onlinepräsenz 	
KOSTENSTRUKTUR DES ANGEBOTES <ul style="list-style-type: none"> • Aufwände für Handelsplattformen (Mieten, Unterhalt,...) • Kosten für Löhne • Kosten für Einkauf, Lagerung, Verpackung und Transport von Produkten • Marketing (Werbung, Sponsoring, Engagement...) 		ANGEBOTSPREIS <p>Auf Kundenarten zugeschnittene Angebote</p> <ul style="list-style-type: none"> • M-Budget (günstig) • Classic (standard) • Sélection (premium) 		