

1 פילוח הלקוחות - מי הם הלקוחות אותם אנחנו רוצים לשרת? - כיצד הם מתקבצים לפלחי שוק? - איזו בעיה הם רוצים לפתור?	4 קשרי לקוחות - אילו יחסים אנחנו מפתחים עם כל לקוח? - כיצד אנחנו משמרים את הלקוח שלנו?	2 הערך המוצע ללקוח Proposition Value - מהו הפתרון שאנחנו מציעים ללקוח? - כיצד הפתרון שלנו עוזר ללקוח לפתור את הבעיה המרכזית שלו?	7 פעולות עיקריות מהם הפעולות העיקריות הנדרשות לבניית הערך שאנו מייצרים ללקוח, לפיתוח וייצור המוצר, להקמת מערכת ההפצה, לבניית קשרי הלקוחות, להקמת מערכת הגביה?	8 שותפי מפתח - מי יכול לעזור לנו להצליח עם המודל העסקי? - שותף הוא מי שעוזר לנו להפחית סיכונים, להגיע לשווקים שאנחנו לא מכירים, שמעמיד לרשותנו ידע שחסר לנו.
5 יצירת זרם מזומנים - עבור מה הלקוחות יהיו מוכנים לשלם (קניית מוצר, דמי מנוי, דמי שכירות, דמי תיווך, תמלוגים)? - עבור מה הם משלמים היום? כיצד הם יעדיפו לשלם? כיצד נגבה את התשלום מהלקוחות?	3 ערוצי הפצה - כיצד נביא את המוצר למודעות? - כיצד נסייע ללקוח לבדוק אם המוצר מתאים לו? - היכן הלקוח ירכוש את המוצר או השירות? - כיצד נעביר את המוצר או השירות ללקוח? - אילו שירותים יקבל הלקוח לאחר המכירה וכיצד נספקם?	6 משאבים עיקריים מהם המשאבים העיקריים הנחוצים לקיום המודל העסקי? למשל מקום, ידע, עובדים, מותג, מימון וכדומה	9 מבנה עלויות - כמה זה עולה לנו? - מהן ההוצאות העיקריות שיש לנו? (שיווק, הפצה, מיתוג, יצור, מימון וכדומה)	9 