

| Kľúčoví partneri | Kľúčové aktivity | Ponuky hodnoty | Vzťahy so zákazníkom | Zákaznícke segmenty |
|---------------------------------------|--|--|--|---|
| školy (študenti, výskumníci) | manažment experimentov | Naši zákazníci tvoria dva kľúčové segmenty: účastníci experimentov (participanti) a organizátori experimentov (zadávatelia). Pre participantom je účasť v experimente možnosť rozvíjať svoje vedomosti, uplatniť ich v praxi, taktiež možnosť vyskúšať niečo nové či spoznať nových ľudí. Nemaľým lákadlom je taktiež aj finančné ohodnotenie. Zadávateľ môže využiť našu službu na overenie svojich biznis hypotéz alebo otestovanie finálneho produktu, čím môžeme obohatiť a skvalitniť činnosti, ktorým sa venuje. | softvér bude pre jednotlivých zadávateľov prinášať možnosti ľahšieho získavania účastníkov | zadávatelia (tvorcovia) experimentov - softvérové spoločnosti, študenti, výskumníci |
| personálne agentúry, oddelenia firiem | získavanie účastníkov experimentov | | prostredníctvom odporúčania vhodných kandidátov si bude môcť zadávateľ sám vybrať relevantných účastníkov | účastníci (participanti) experimentov - ktokoľvek |
| | Kľúčové zdroje | | pozitívna spolupráca so spoločnosťami v dlhšom časovom horizonte bude pre nich generovať vernostné zľavy | Predajné kanály |
| | kvalitné a pravdivé osobné údaje o účastníkoch experimentu relevantné pre zadávateľa | | účastníci (participanti) si budú môcť na základe svojej aktivity vyberať spomedzi tých najlepších spoločností | reklamné brožúry v školách a v spoločnostiach zaoberajúcimi sa experimentmi akéhokoľvek druhu |
| | výsledky jednotlivých experimentov | | sociálne siete | |
| Nákladová štruktúra | | | Príjmové toky | |
| interní zamestnanci (40%) | | | pre participanta pôjde o bezplatnú aplikáciu, prostredníctvom ktorej bude môcť za účasť v experimentoch získavať peniaze alebo iné odmeny | |
| server, databáza (20%) | | | | |
| propagácia a reklama (40%) | | | pre zadávateľa sa aplikácia bude javiť ako platená - každý realizovaný experiment bude spoplatnený v závislosti od dĺžky trvania, počtu účastníkov a vloženého finančného budgetu | |
| | | | produkt bude zarábať na poplatkoch za realizáciu experimentu (60%), ktoré sa budú prejavovať ako podiel z vloženého budgetu, ak pôjde o finančný budget, v prípade nepenažných odmien sa stanoví variabilný poplatok. Ďalšími zdrojmi príjmov sú sponzorované odkazy v rámci produktu (20%) a reklama (20%). | |