

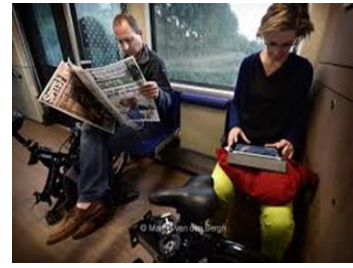
1 promotieteam



2 computers



3 lezers krant



4 krant



5 fotograaf



6 drukkerij



7 journalist



8 redactievergadering



9 krantenbak



10 ANP



11 journalist schrijft artikel



12 adverteerder



Antwoordvel opdracht 1

Schrijf het nummer van de foto in de cel waar die het meest betrekking op heeft. Laat de cellen kostenstructuur en inkomstenstromen buiten beschouwing.










<p>Strategische partners </p> <p>Welke externe strategische partners zijn nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p>	<p>Kernactiviteiten </p> <p>Wat zijn de noodzakelijke activiteiten om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p>	<p>Waardepropositie </p> <p>Wat is het aanbod voor de klant?</p>	<p>Klantrelaties </p> <p>Hoe worden relaties met klanten gelegd en onderhouden?</p>	<p>Klantsegmenten </p> <p>Wie zijn de belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?</p>
	<p>Mensen en middelen </p> <p>Welke mensen en middelen zijn intern nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?</p>		<p>Kanalen </p> <p>Hoe kunnen de klanten worden bereikt?</p>	
	<p>Kostenstructuur </p> <p>Wat zijn de kosten van de ontwikkeling? Wat zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na introductie?</p>		<p>Inkomstenstromen </p> <p>Wat is het verdienmodel? Waar zijn klanten bereid voor te betalen?</p>	

Foto 1: promotieteam

Het promotieteam hoort bij klantenrelaties en kanalen.

Het bureau dat het promotieteam regelt, kan worden gezien als strategische partner.

Als het promotieteam in dienst is van Metro hoort het tot mensen en middelen.

Foto 2: computers

Computers horen tot de mensen en middelen. Als lezers de krant online bekijken, horen ze ook tot de kanalen.

Foto 3: lezers

De mensen die de krant lezen, op papier en op tablet. Klantsegmenten.

Foto 4: krant

De krant is het resultaat van de waardepropositie, maar niet de waardepropositie zelf.

Foto 5: fotograaf

De fotograaf kan in loondienst zijn (dan hoort hij bij mensen en middelen) of ingehuurd (in dat geval is hij een strategische partner).

Foto 6: de drukkerij

Metro drukt de krant niet zelf (om dat te weten moet je meer van Metro weten), De drukkerij is een strategische partner.

Foto 7: journalist

Voor de journalist geldt hetzelfde als voor de fotograaf.

Foto 8: redactievergadering

Het bespreken van de inhoud van de krant is een kernactiviteit.

Foto 9: krantenbak

De krantenbak wordt gebruikt om kranten te kunnen verspreiden onder lezers: het is een kanaal, maar hoort ook tot mensen en middelen.

Foto 10: ANP

ANP levert nieuws aan media: het is een strategische partner van Metro.

Foto 11: journalist schrijft artikel

Schrijven van artikelen hoort tot de kernactiviteiten van een krant als Metro.

Foto 12: adverteerder

De adverteerders horen tot de klantsegmenten. Zij zorgen voor de inkomsten van Metro. Metro is gebaat bij veel lezers, want hoe meer lezers hoe aantrekkelijker de krant is voor adverteerders. Metro vindt het allesbehalve erg dat de kranten doorgegeven worden.

Nog meer mogelijke afbeeldingen:

Als Metro gebruik zou maken van een organisatie die advertenties werft, is sprake van een strategische partner.

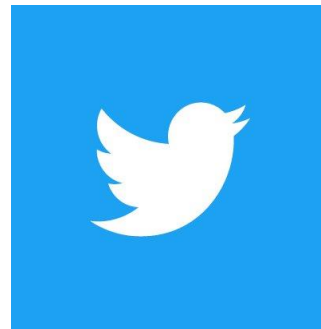
**Advertentie
Verkoper**



Metro is onderdeel van Telegraaf Media Groep (TMG). De redactie is gevestigd in een kantoorpand in Amsterdam. Het kantoorgebouw hoort tot de mensen en middelen. De verhuurder van het pand is een strategische partner.



Instagram, Facebook en Twitter worden ingezet als kanaal.



Meer informatie over Metro is te vinden op: <https://www.tmg.nl/nl/metro>