

# Business Model Canvas

## Customer Segments

- **Lapsiperheet**
  - Lapset 6-14 ikäisiä
  - Vanhemmat 30-40v työssäkäyviä
- Lapset
- Aikuiset
- **Nuoret aikuiset**
- Turistit
- Ei yleensä käy luonnossa
  - Kiireinen
  - Kaupunkilainen
  - Ei ajattele että luonnolla olisi annettavaa
- Sponsoroivat yritykset
  - Esim. kahvila luontopolun lähellä (Tamminiemen kahvila Seurasaaren lähistöllä), minigolfrata
  - Haluavat kävijöitä
  - Yritykset jotka haluavat luoda ympäristöystävällistä näkyvyyttä (esim. Fortum)

## Value Proposition

Käyttäjät:

- **Hyvinvointi (luonnossa liikkuminen)**
- **Ympäristön rikkaus ja arvostus**
- Isänmaallisuuden tunteet
- Hauskaa ajanvietettä
- **Yhteisöllisyys (esim. Perheen kesken)**

Sponsorit:

- Näkyvyys, assosiaatio vihreiden arvojen kanssa, mainonta

## Revenue Streams

Käyttäjät:

- Ilmainen käyttäjille

Sponsorit:

- Sponsorituloja
  - Yritykset maksavat päästäkseen kartalle
  - Esim. Villa Elfvik, Heureka, kahvilat jne.
- SLL projektiraha

## Channels

Käyttäjät:

- **Mobiiliapplikaatio**
- Sosiaalinen media markkinointikanavana
- SLL:n kautta
- Lasten perusopetuksen kautta (koulut)
- Turisti-infot
- **Google play & app store**
- QR-koodi maastokartoissa
- **Youtubemainos (saavuttaa nuoria aikuisia)**
  - Bloggarit ja tubettajat markkinoinnissa

Sponsorit:

- Yhteisöjen ja yritysliittojen jne kautta mainostetaan selkeitä ja halpoja paketteja firmoille (sponsoreille)

## Customer Relations

Käyttäjät:

- **Community (sosiaalinen aspekti)**
- Co-creation (käyttäjät voivat luoda uutta sisältöä)
- Personal (oma tili ja käyttökokemus)

Sponsorit:

- Mainonta