Business Model Canvas

Breng jouw ondernemings-plan in kaart met het Business Model Canvas

Hoe is het Business Model Canvas opgesteld?

We leggen je uit waar het uit bestaat, wat het doel is en hoe je het kunt inzetten.

Het Business Model Canvas template is een mooie tool om op een gestructureerde manier naar (nieuwe) businessmodellen te kijken… zo ook voor bijvoorbeeld de transitie van B2B naar B2B2C!

De negen bouwstenen helpen je om het businessmodel te beschrijven. Het model is destijds ontworpen door Alex Osterwalder, die er op initiatief van Patrick van der Pijl een Business Models Inc. boek over schreef.

In het hart (midden) van het model staat de de waardepropositie. Dit is de onderscheidende kracht van jouw bedrijf. Daarna komt de waardepropositie en links daarvan breng je in kaart hoe je die waarde creëert: met welke strategische partners, mensen & middelen en kernactiviteiten. Aan de rechterkant gaat het meer over het vermarkten van de waardepropositie met je klanten en hoe ga je ze uiteindelijk bereiken. Last but not least breng je onderaan de kosten en opbrengsten die hierbij komen kijken in kaart..... succes! 🚀

Let op: zorg ervoor dat je het Business Model Canvas in de juiste volgorde, zoals op de volgende bladzijdes, invult.

Hoe je het Business Model Canvas kan gebruiken voor de transitie van B2B naar B2B2C?

elephantcs.nl/de-transitie-van-b2b-naar-b2b2c/

De verschillende bouwstenen

en hoe ze in te vullen.

1. Klantsegmenten

Wie is jouw doelgroep?

Het bepalen van de juiste doelgroep is essentieel. Zorg dat je in kaart brengt welke specifieke doelgroep je graag als klant wilt bedienen en onderzoek uiteindelijk de wensen. De kunst is om de markt te segmenteren en focus te hebben op een bepaalde doelgroep.

Voorbeelden: Nichemarkt | Gesegmenteerde markt | Massamarkt

2. Waardepropositie

Wat maakt jouw idee uniek?

Wat maakt daadwerkelijk jouw bedrijf uniek en waar verschil je in van de concurrentie. Bepaal dit vanuit de markt waarin jouw bedrijf zich begeeft en probeer dan duidelijk te specificeren wat je beter of juist anders doet.

Voorbeelden: Performance | Nieuwheid | Uniek ontwerp | Merk | Status

3. Klantrelaties

Hoe ga je communiceren?

Op welke manier sta jij in contact met je klanten en op welke manier ben je als bedrijf bezig om dit contact te onderhouden.

Voorbeelden: Persoonlijke hulp | Selfservice | Communities | Co-creatie

4. Kanalen

Hoe ga je ze bereiken?

Hierin specificeer je welke (verkoop)kanalen je gebruikt om in contact te komen met de uiteindelijke klant. Hoe zorg je ervoor dat de klant op de hoogte is van je aanbod of nog belangrijker hoe kunnen zij dit aanbod verkrijgen? Kanalen hebben 5 verschillende fasen en elk kanaal kan enkele of alle fasen omvatten (awareness, evaluatie, aankoop, aflevering en aftersales).

Voorbeelden: Fysieke winkels | E-Commerce | Wederverkopers | Magazine | Social Media

5. Inkomstenstromen

Wat gaat het opleveren?

Wat is het uiteindelijke verdienmodel van jouw bedrijf. Richt je hierin niet alleen op nu, maar kijk ook juist verder richting de toekomst.

Voorbeelden: Catalogusprijzen | Fixed price projecten | Volume afhankelijk | Veiling

6. Mensen & Middelen

Wat heb je nodig?

Onder mensen & middelen verstaan we de belangrijkste assets of hulpbronnen die nodig zijn om te zorgen dat het bedrijfsmodel uiteindelijk gaat werken.

Voorbeelden: Fysieke assets | Intellectuele assets | Financiële assets | Human resources

7. Kernactiviteiten

Hoe ga je het doen?

Waar we in het vorige kopje juist over de benodigde hulpbronnen spraken gaat het hier juist om de belangrijkste acties die een bedrijf moet ondernemen om ervoor te zorgen dat het businessmodel werkt en je succesvol kunt opereren.

Voorbeelden: Productie | Marketing | Logistieke afhandeling

8. Strategische Partners

Met wie ga je samenwerken?

Het is in vaak van de gevallen zo dat bedrijven samenwerken met partners om bijvoorbeeld de concurrentie met anderen aan te gaan. Beschrijf hier juist welke partnerships belangrijk zijn om succesvol te zijn.

Voorbeelden: Strategische partnerschappen | Joint ventures | Koper-leverancier relaties

9. Kostenstructuur

Welke kosten ga je maken?

Wat zijn uiteindelijk de grootste kostenposten binnen je bedrijf? Dit hangt vaak samen met je belangrijkste bedrijfsmiddelen. Nadat je de acht bovenstaande bouwstenen hebt beschreven, is het vaak vrij eenvoudig om de belangrijkste kosten te bepalen.

Voorbeelden: Personeel | Huisvesting | Productielijnen | Logistiek

Business Model Canvas

Door **digitaal bureau Elephant** (elephantcs.nl)

elephant_
vloeiend digitaal

Strategische Partners
Met wie ga je samenwerken?

Kernactiviteiten
Hoe ga je het doen?

Mensen & Middelen
Wat heb je nodig?

Waardepropositie
Wat maakt jouw idee uniek?

Klantrelaties
Hoe ga je communiceren?

Kanalen
Hoe ga je ze bereiken?

Klantsegmenten
Wie is jouw doelgroep?

Kostenstructuur
Welke kosten ga je maken?

Inkomstenstromen
Wat gaat het opleveren?

Zullen we

Samen aan de slag met jouw Business Model Canvas?

Neem dan contact op met onze **digitaal strateeg Alen.**

T: 06 46 05 46 60 E: alen@elephantcs.nl