



**Extra informatie bijbehorend bij de workshop:
Workshop: welkom in de nieuwe realiteit;
uw bedrijfsmodel anno 2011**

Onmisbare tool voor ondernemers: het Business Model Canvas

Of het nu ondernemers zijn die al jaren een bedrijf hebben, of dat het een startende ondernemer betreft, een bekend verschijnsel is de tunnelvisie die gepaard gaat met de passie.

Veel ondernemers ontwikkelen vanuit de passie die ze voor hun product hebben een dermate groot 'geloof' in wat ze doen, dat ze de 'bigger picture' wel eens uit het oog verliezen.

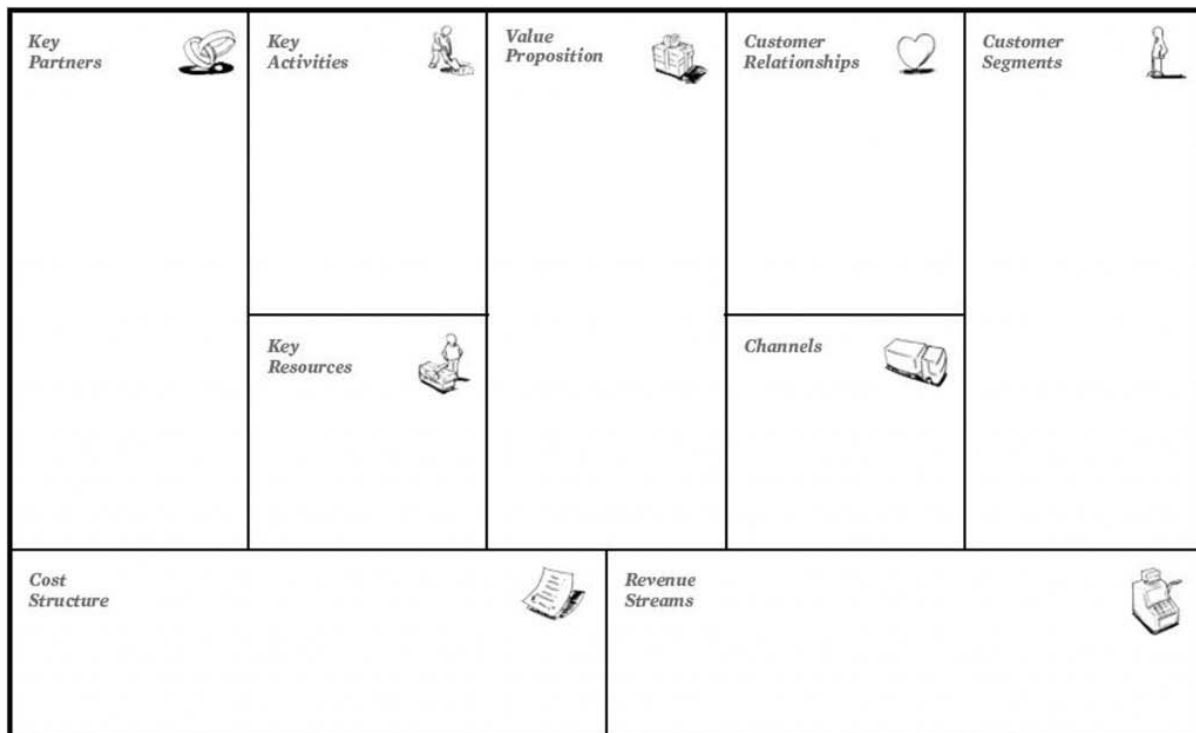
Elke ondernemer zou zo nu en dan het Business Model Canvas in moeten vullen voor zijn of haar eigen bedrijf. Het canvas biedt de gelegenheid het businessmodel van een afstandje te bekijken en bijvoorbeeld de klant eens centraal te stellen in de keuzes die gemaakt worden.

Het kan confronterend zijn om jezelf kritische vragen te stellen, maar aan de andere kant zorgt het er misschien wel voor dat je de passie gerichter kunt gaan gebruiken.

Het Business Model Canvas

Het canvas is een eenvoudige maar krachtige tool om te zien welke onderdelen in jouw businessmodel een rol spelen en hoe ze zich tot elkaar verhouden. Door de elementen van het bedrijf op een visuele manier in kaart te brengen zie je snel waar eventuele bijsturing nodig is, wat je moet laten en wat je moet gaan doen.

Dit is een voorbeeld van een leeg canvas. Een voorbeeld van een ingevulde versie vindt je onderaan dit document.



(Bovenstaande graphic is afkomstig uit het boek [Business Model Generation](#))

De onderdelen van het Business Model Canvas

Client Segments

Wie zijn je klanten? Breng ze eens in kaart. Zijn er verschillende soorten klanten te onderscheiden? Wat zijn de behoeften van deze klanten?

Value Proposition

Welke waarde biedt jouw product de klant. Veel ondernemers zijn gewend vanuit het product te denken, maar als je gaat denken vanuit de klant, dan ga je snappen dat het om de waardeperceptie van die groep gaat. Wil de klant jouw product ook echt hebben? Welke behoefte of probleem los je op?

Client Relationships

Op welke manier ga jij de contacten met je klanten aan? Is dit alleen online, of heb je intensieve face-2-face momenten. Vraag jezelf af, waarom doe je dat op deze manier en is dat voor jouw klanten de juiste?

Channels

Hoe krijgen jouw klanten jouw product? Kunnen ze dit in een winkel kopen, of online? Hoe krijgen ze de informatie over jouw product?

Revenue Streams

Waar verdien je nou precies je geld mee? In principe gaat het hier om geld, maar je kunt hier ook heel goed zaken opnemen als: plezier of vervulling. Staat hetgeen je aan inkomsten krijgt in verhouding tot wat de klant er voor wil/verwacht te betalen?

Key Resources

Wat zijn de bronnen die je moet aanboren om je product te maken? Om het contact met je klanten te onderhouden? Om het product bij de klant te krijgen of om betaald te krijgen?

Key Activities

Welke activiteiten doe je precies om je product te maken? Om het bij de klant te krijgen? En wat moet je doen om de relaties en de kanalen in stand te houden?

Partners

Wie spelen er in jouw hele bedrijfsproces een belangrijke rol als partner. Dat wil zeggen wie staat naast jou in het tot stand komen van je dienst/product? Wat doen zij precies voor activiteiten in het totale proces? Welke bronnen krijg je van je partners?

Cost Structure

Het benutten van je resources kost geld. Huur van een pand, computer apparatuur etc. Het gaat om het geld dat jij kwijt bent om je resources te benutten en om je kern activiteiten te ontplooiën.

Het canvas gebruiken

Je begint de verschillende onderdelen in te vullen. Het liefste op van die gele memo blaadjes. Als je canvas dan gevuld is kun je bijvoorbeeld elementen weghalen en jezelf de vraag stellen: "Wat als...?"

Bijvoorbeeld, wat als die klant nu niet meer bestaat, of wat als die en die resources niet meer beschikbaar zijn. Andersom kan je misschien elementen gaan toevoegen die voorheen nog niet in je businessmodel aanwezig waren. Bijvoorbeeld een extra verkoopkanaal, of een partner waar je nog nooit eerder aan gedacht hebt. Dan ga je het hebben over businessmodel innovatie. Met een beetje oefening zal je merken dat je in no time heel handig wordt.

Voorbeelden vanuit XXS:

Het mechanisme is simpel: het zijn "Wat als..." vragen.

Probeer een verschillende scenario's te bedenken waarin de ramp/pijn groot is of waarvan je denkt dat het hoogst ongebruikelijk is. Bijvoorbeeld:

"Wat als de verkoop afneemt met 80%?"

"Wat als we de huur niet meer kunnen betalen?"

"Wat als onze dienst voor een tiende van de prijs verkocht wordt vanuit India?"

"Wat als Google mijn dienst zou aanbieden?"

Je kunt voor jezelf ook dit soort vragen formuleren die misschien dichter bij je eigen problematiek ligt. Vanuit de antwoorden die je krijgt uit deze vragen kun je proberen om een nieuw Business Model Canvas in te vullen. Dit hoeft niet altijd te betekenen dat je je huidige business model overhoop gooit. Het kan ook tot gevolg hebben dat je je huidige business model optimaliseert.

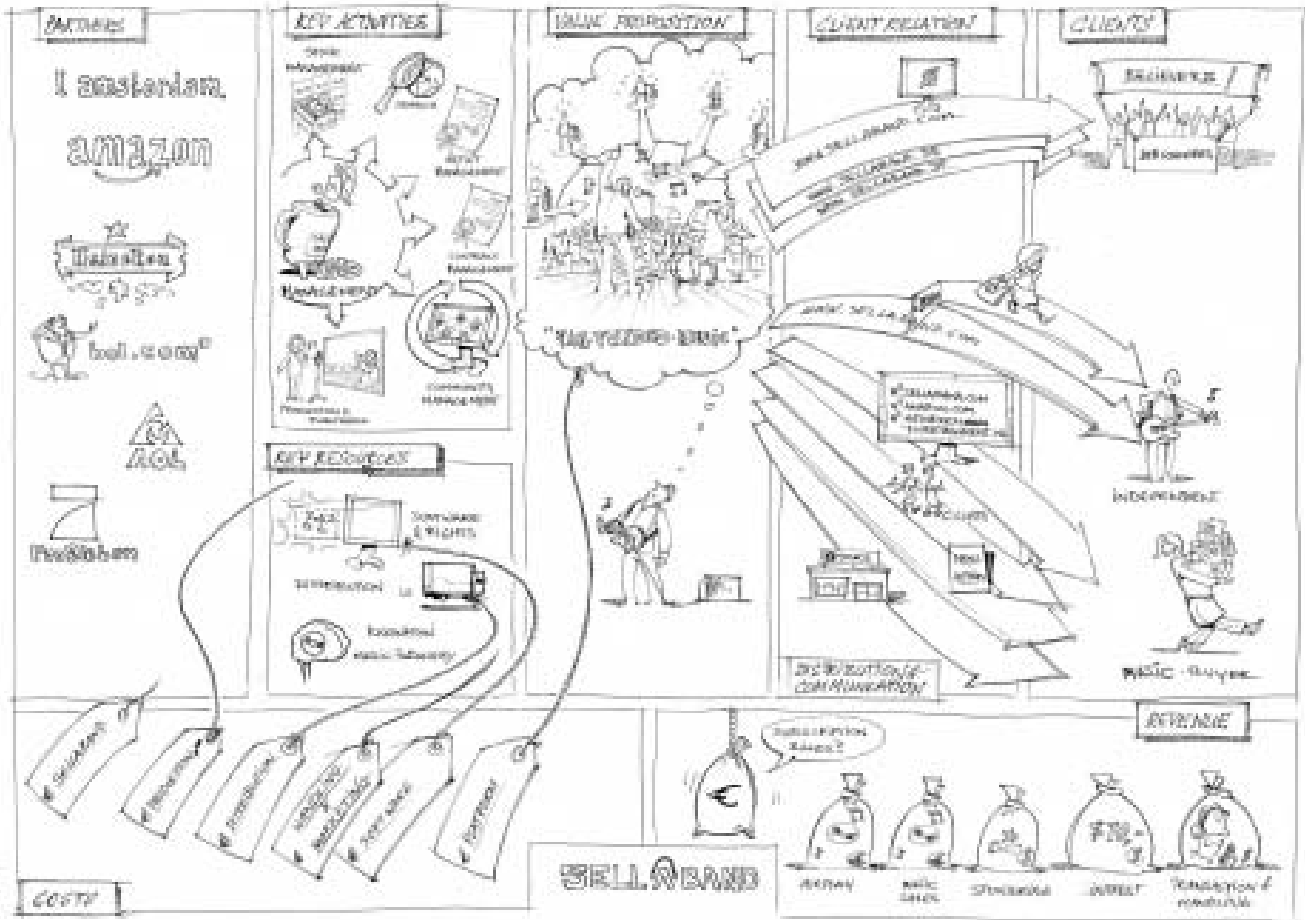
Bijvoorbeeld: Als je de huur niet meer kunt betalen, laten we iedereen thuis werken. Dat zouden we nu misschien ook al drie dagen in de week kunnen doen om overhead kosten te besparen.

Een voorbeeld

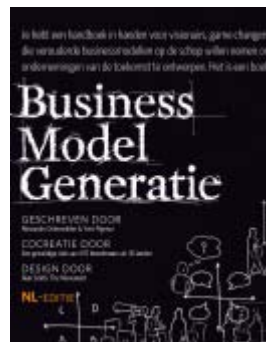
Een voorbeeld van hoe je het canvas kan gebruiken, kan je [hier zien](#).

Het gaat om Sellaband. Helaas failliet, maar aan het gebruik van het canvas heeft dit niet gelegen.

Ze hebben het de mapping van het model eerst met postit notes gedaan en dit vervolgens vertaald naar plaatjes. Deze plaatjes zijn voor het gebruik van het canvas geen vereiste, maar geeft je model wel wat extra's. Het gaat er van leven. Je kan het heel goed met geeltjes doen of in een Excel bestand.



Het boek



De Nederlandse versie is te bestellen via <http://www.kluwershop.nl/management/details.asp?pr=14811>

The Business Model Canvas

