Cirkulär Business Model Canvas

Nyckelpartner

- Vilka behöver vi hjälp av för att leverera vårt värdeerbjudande?

Exempel på partners i en cirkulär affärsmodell:
- Partners som bidrar till långsiktighet och tillit i värdekedjan
- Leverantörer av cirkulära material, produkter och tjänster som möjliggör den cirkulära affärsmodellen
- Återtillverkare
- Bank/finansiärer med förståelse för cirkulärt värdeskapande

Symbios
- Partners för symbiossamverkan kring råvaror, kunskap och kapital

Nyckelaktiviteter

- Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera vårt värdeerbjudande?

Exempel på aktiviteter i en cirkulär affärsmodell:
- Tillhandahålla produkt som tjänst/funktion
- Utveckla delandeplattform
- Återdistribuera produkter
- Tillverka/distribuera cirkulära produkter
- Regenerera naturliga system

STRATEGISK UTVECKLING
- Produktdesign och materialutveckling
- Stimulera cirkulärt beteende hos kunder, partners, internt i företaget

Nyckelresurser

- Vilka nyckelresurser krävs för att leverera vårt värdeerbjudande?

Exempel på resurser i en cirkulär affärsmodell:
- Cirkulära material/komponenter
- Digitala plattformar för produkt som tjänst, delande
- Mark för regenerativt brukande
- Lokala miljöer (natur, kultur)
- Varumärkesbärare
- Tid (cirkulärt värdeskapande sker ofta över lång tid)
- Kunder som levererar tillbaka produkter

Outnyttjade resurser
- Restflöden/biprodukter
- Fysiska tillgångar med låg nyttjandegrad

Värdeerbjudande

- Vilket värde skapar vi för våra kunder?
- Vilka behov kan vi uppfylla?

Exempel på hur värden kan skapas i en cirkulär affärsmodell:
- Produkt som tjänst/funktion
- Virtualiserad produkt
- Delandeplattform
- Återdistribuerad produkt
- Återtillverkad produkt
- Produkt av cirkulär råvara/återtaget material
- Tjänst för reparation/uppgradering
- Produkt från regenerativt jordbruk

Kundrelationer

- Vilken typ av relationer ska vi etablera med våra kunder?

Exempel på relationer i en cirkulär affärsmodell:
- Förlängd bortom köptillfället
- Digitala plattformar
- Återkoppling på hur produkter/tjänster används
- Samskapande

Kanaler

- Genom vilka kanaler vill våra kunder bli nådda?
- Hur vill vi nå dem?

Återtagande
- Take-back-system (företag, branch)
- Incitament (pant, rabatt)

Kundsegment

- För vem skapar vi värde?
- Vilka är våra kunder?

Exempel på kundsegment i en cirkulär affärsmodell:
- Köpare/användare av cirkulär produkt eller tjänst/funktion
- Köpare av restflöden eller återtaget material

Kostnadsstruktur

- Hur är våra kostnader fördelade?
- Vilka aktiviteter och resurser är dyrast?

Exempel på kostnader i en cirkulär affärsmodell:
- Cirkulär råvara
- Återvinning/återtillverkning av material/produkter
- Initiala investeringar för att bygga upp produktflotta vid leasing/uthyrning
- Långsiktiga investeringar för att regenerera naturliga system/lokala miljöer
- Långsiktiga investeringar för strategisk utveckling

Besparingar
- Kostnader som kan minska/försvinna genom cirkulär utveckling eller symbios.

Intäktsströmmar

- Vad är våra kunder villiga att betala för?
- Hur och när sker betalningarna?

Exempel på intäkter i en cirkulär affärsmodell:
- Avtal för produkt som tjänst/funktion vilket kan bestå i hyra/leasing, abonnemang, betalning per användningstillfälle
- Försäljning av cirkulär produkt
- Försäljning av tjänst för reparation/uppgradering
- Intäkter från restflöden i en symbios

Påverkan

Vilken påverkan har affärsmodellen på planet och samhälle?

Negativ påverkan på planet och samhälle
- Leder vår affärsmodell till någon negativ påverkan på planet och samhälle?
- Vilka aktiviteter kan vi göra för att minska vår negativa påverkan?
- Riskerar vår negativa påverkan att skada varumärke och kundrelationer?

Positiv påverkan på planet och samhälle
- Leder vår affärsmodell till någon positiv påverkan på planet och samhälle?
- Hur kan vår affärsmodell bidra till ytterligare positiv påverkan?
- Vilket värde tillför vår positiva påverkan till varumärke, kunder och partners?

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer