

Business Model Canvas: de 9 bouwstenen

Gebruik dit schema *als onderdeel* van uw totaal businessplan. Dit model helpt om uw strategie in kaart te brengen, van een nieuwe organisatie of om een bestaande organisatie te analyseren.

Het vertrekt vanuit de kern van uw organisatie: **WAAROM** helpt u uw doelgroep(en)

- Hulp nodig met uw businessplan, neem contact met ons op via 02 304 08 57 of via info@a2zservices.be

<p>PARTNERS <i>Sommige activiteiten worden geoutsourcet en sommige resources worden ingekocht.</i></p> <p>Het netwerk van leveranciers en partners die zorgen dat het businessmodel werkt.</p> <p>Wij zijn onze leveranciers en partners? Welke kernactiviteiten voeren ze uit? Welke hulpbronnen leveren zij ons aan?</p>	<p>ACTIVITEITEN <i>Beschrijft de belangrijkste zaken die een organisatie moet doen om te zorgen dat zijn businessmodel werkt.</i></p> <p>Ze kunnen ingedeeld worden in de volgende categorieën: - productie - probleemoplossing - platform/netwerk</p> <p>Welke kernactiviteiten vereisen onze distributiekkanalen, klanten, inkomstenstromen en waardeproposities?</p>	<p>WAARDEOVERDRACHT <i>Zij streeft ernaar problemen van klanten op te lossen en in klantenbehoeften te voorzien met waardecreatie.</i></p> <p>In welke klantbehoefte voorzien we? Waarmee helpen we onze klant? Welke toegevoegde waarde leveren we? Welke bundel van producten en diensten die waarde creëert voor een specifieke doelgroep, door een onderscheiden mix van elementen die voorzien in de behoeften van die doelgroep?</p>	<p>KLANTENRELATIES <i>Klantrelaties worden opgebouwd en onderhouden met elke doelgroep.</i></p> <p>Welke klantenrelatie verwacht elk klantsegment? Waar mikken we op: - Behoud van klanten - Nieuwe klanten - Meer omzet per klant - Aansturen op vervolgaankopen</p>	<p>DOELGROEP <i>Een organisatie bedient een of meerdere doelgroepen.</i></p> <p>Definieer hier de verschillende groepen klanten die u wil bereiken.</p> <p>Wie zijn onze belangrijkste klanten? Voor wie creëren we waarde? Type markt?</p>
	<p>HULPBRONNEN <i>Ze zorgen ervoor dat het businessmodel werkt en maken het mogelijk om een waardepropositie te creëren en te bieden, markten te bereiken, relaties te onderhouden met klanten en inkomsten te verdienen.</i></p> <p>Welke hulpbronnen vereisen onze waardepropositie, distributies, klantenrelaties en inkomstenstromen</p>		<p>KANALEN <i>Waardecreaties worden aan klanten geleverd via communicatie-, distributie- en verkoopkanalen.</i></p> <p>Via welke kanalen willen klanten bereikt worden? Hoe bereiken we ze (nu)? Welke werken het beste? Soorten: Direct of indirect</p>	
<p>KOSTENSTRUCTUUR <i>Al deze elementen van het businessmodel brengen bepaalde kosten met zich mee. Alle kosten die worden gemaakt om uw businessmodel te laten werken.</i></p> <p>Wat zijn onze belangrijkste kosten? Welke hulpbronnen en activiteiten zijn het duurst? Zijn we kostengestuurd of waardegestuurd? Welke investeringen moeten er gebeuren?</p>		<p>INKOMSTENSTROMEN <i>Het resultaat van van de succesvolle waardeoverdracht aan klanten</i></p> <p>Voor welke waarde is elk klantensegment werkelijk bereid te betalen? Hoe betalen ze op dit moment? Hoe zouden ze het liefst betalen? Hoeveel draagt elke inkomstenstroom bij aan de totale inkomsten? Een businessmodel kan 2 verschillende soorten inkomstenstromen omvatten: Éénmalige & wederkerende Elke inkomstenstroom kan verschillende prijszettingmechanismen hebben: Vaste & dynamische</p>		

