

# EnTranCe

## BUSINESS MODEL CANVAS

---



Gebruik van de tool  
Template  
Voorbeeld

# Business Model Canvas

Het Business Model Canvas helpt je jouw bedrijf te visualiseren. Met een business model beschrijf je hoe je bedrijf waarde creëert, levert, en verkrijgt. Het geeft een gedeelde visie op wat je bedrijf is en doet. Met het Business Model Canvas is het gemakkelijk om je bedrijf te bespreken met anderen.

## Tips voor gebruik

Je kan het Business Model Canvas zelf invullen, maar het is effectiever als je dit doet met een groep, zoals collega's of experts in je domein.

Print de template van het Business Model Canvas groot uit om te gebruiken in een brainstorm. Gebruik Post-its om iets in het Business Model Canvas te zetten. Zo kun je er gemakkelijk iets bij zetten of iets verplaatsen indien nodig.

Laat je inspireren door het voorbeeld van Uber en leer van de praktische toepassing van het Business Model Canvas.

Ga ook eens naar de onlineversie van het Business Model Canvas om jouw bedrijfsmodel online te bouwen.

## Gebruik van de tool

Het Business Model Canvas is opgebouwd uit negen blokken. Deze blokken weerspiegelen de verschillende onderdelen van je bedrijf.

### Stap 1: klantsegmenten

Omschrijf de verschillende groepen, personen of organisaties die je wilt bereiken en bedienen.

- Wie gaan jouw producten of diensten kopen?
- Is jouw klant een consument of een bedrijf?
- Wat zijn de kenmerken van jouw klant?

### Stap 2: waarde & diensten

Beschrijf het product of de dienst dat waarde schept voor je klanten.

- Welke producten of diensten verkoop je?
- Wat is het probleem van de klant dat jij oplost?
- Waarom zou een klant jouw producten of diensten kopen?

### Stap 3: kanalen

Bepaal hoe je je klanten kan bereiken met jouw aanbod.

- Welke communicatiekanalen (Social Media) gebruikt je bedrijf?
- Welke verkoopkanalen gebruikt je bedrijf?
- Welke kanalen gebruik je om je producten of diensten aan de klant te leveren?

#### **Stap 4: klantrelaties**

Beschrijf welke soort relatie je bedrijf met de klant heeft. Dit kan variëren van persoonlijk to geautomatiseerd.

- Hoe persoonlijk is je relatie met de klant?
- Levert je bedrijf maatwerk of hetzelfde product voor iedereen?

#### **Stap 5: inkomstenstromen**

Omschrijf hoe het bedrijf omzet genereert. Alle inkomsten van de verkoop van producten, diensten of andere activiteiten vallen onder omzet.

- Waarvoor betalen de klanten op dit moment?
- Op welke manier kunnen klanten betalen?
- Betalen klanten eenmalig of in termijnen?

#### **Stap 6: kernmiddelen**

Bepaal de belangrijkste middelen voor je bedrijf. Kernmiddelen kunnen fysiek, financieel, intellectueel of menselijk zijn.

- Welke middelen zijn nodig om je producten of diensten te ontwikkelen en onderhouden?
- Welke middelen heeft je bedrijf nodig om de kanalen te onderhouden?
- Welke middelen zijn nodig om de relatie met je klant in stand te houden?

#### **Stap 7: kernactiviteiten**

Beschrijf de belangrijkste activiteiten die je bedrijf moet uitvoeren

- Welke activiteiten zijn nodig om je producten en diensten te ontwikkelen en onderhouden?
- Welke activiteiten zijn nodig om de kanalen op te zetten en in stand te houden?
- Wat zijn de activiteiten die je bedrijf moet uitvoeren om klantrelaties te onderhouden?

#### **Stap 8: kernpartners**

Omschrijf de leveranciers en partners waarvan je bedrijf afhankelijk is. Je kan samenwerken met partners om risico te verlagen of kernmiddelen te bemachtigen.

- Wie zijn jouw partners of leveranciers?
- Welke middelen ontvang je van hen?
- Welke activiteiten doen je partners?




#### **Stap 9: kostenstructuur**

Het maken en leveren van producten en diensten aan je klanten zal kosten met zich mee brengen. Bepaal de belangrijkste kosten voor je bedrijf.

- Welke kernmiddelen kosten het meeste geld?
- Welke kernactiviteiten kosten het meeste geld?

# business model canvas

naam \_\_\_\_\_

kernpartners 	kernactiviteiten 	waarde & diensten 	klantrelaties 	klantsegmenten 
	kernmiddelen 		kanalen 	
kostenstructuur 		opbrengstenstructuur 		

datum \_\_\_\_\_

# Voorbeeld

<b>industrie</b>	Transport
<b>producten &amp; diensten</b>	Personen- en vervoer
<b>bedrijfs-grootte</b>	16.000+ werknemers (2017)
<b>omzet</b>	\$6,5 miljard (2016)
<b>locatie</b>	San Francisco



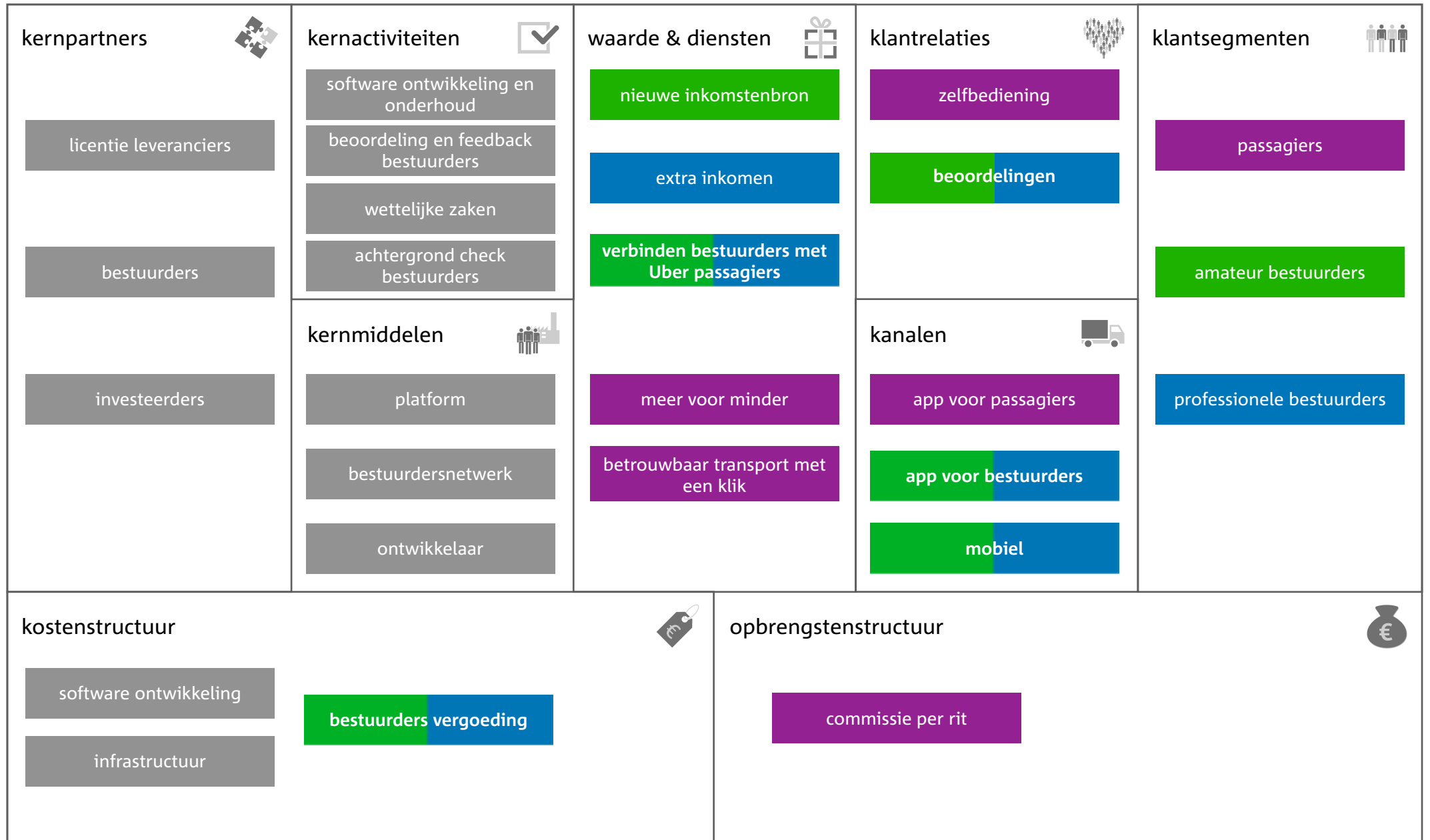
In 2010 werd de taxiwereld opgeschrikt. Voorheen was een passagier afhankelijk van een taxibedrijf met vaste chauffeurs. Veel overhead en weinig flexibiliteit drijven in deze markt de prijzen op. Uber ontwikkelde een applicatie waarmee mensen ritten die ze toch al maken, kunnen aanbieden als taxiriten. Een zogenaamde peer-to-peer rittenservice. Daarnaast heeft Uber ook een versie van de app voor professionele bestuurders. Door gebruik van een applicatie wordt de overhead teruggedrongen. Voor onderhoud vraagt Uber een percentage van de ritprijs.

## Ubers Business Model Canvas

Het invullen van Ubers Business Model Canvas begint aan de rechterkant met de vraag, wie wil ik bereiken en bedienen? Uber onderscheidt hierin drie klantsegmenten: passagiers, professionele bestuurders en amateur bestuurders. Ieder klantsegment krijgt een eigen kleur. Zo is duidelijk te zien dat klantrelaties en communicatiekanalen met passagiers anders zijn dan met bestuurders en ook dat de toegevoegde waarde voor de drie partijen verschilt. Aan de linkerkant van het canvas zien we in grijs de activiteiten die Uber doet om hun waarde (de app) te leveren. Aan de onderkant van het canvas vinden we de financiële structuur.

# business model canvas

naam Uber



datum \_\_\_\_\_