

Minor 33 - Convassen

Slides in drie delen:

1. Waardepropositie Canvas (WPC- rechterkant) - 10 februari 2022

2. Waardepropositie Canvas (WPC- linker kant)

3. Business Model Canvas - 14 februari 2022



Deel 1: Waardepropositie Canvas (WPC- rechterkant)

14 februari 2022

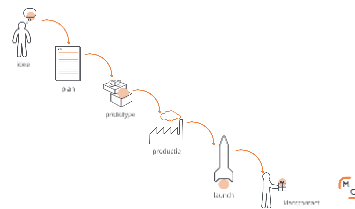


GOOTB Get Out Of The Building

Get ~~un~~comfortable



Zo werkt
een **traditionele**
Startup



Dat is
riskant



Focus op productontwikkeling



Duurt lang



Focus niet op de klant



Kostbaar



Een **startup** is
gebaseerd op
aannames



Je hebt **aannames**
over je **klant**



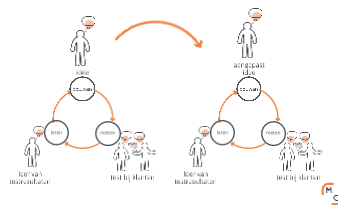
Die **aannames**
moet je
snel **testen**



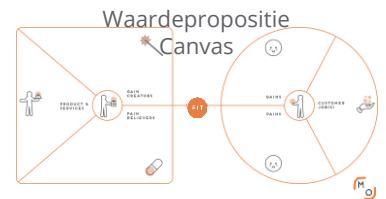
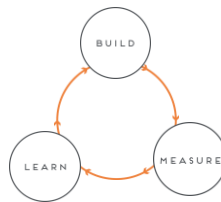
Maak er
feiten van



Zo werkt
een **huidige**
StartUp

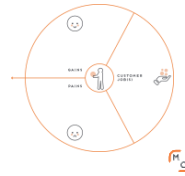


Dat is
véééééééééé
beter



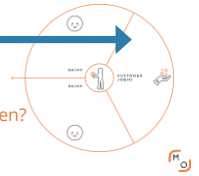


De klant



Jobs

Wat de klant voor elkaar wil krijgen?



Checklist Jobs, Pains & Gains

1. Eigenschappen, functionaliteit, prestaties
2. Kwaliteit, kwantiteit, frequentie
3. Besparingen – geld, tijd, moeite
4. Design, Prijs, Levering
5. Blijheid, plezier
6. Frustraties, hoofdpijn
7. (On)gemak tijdens werk of leven
8. Individuele of emotionele dimensie
 - ontwikkeling, kansen, (niet) goed voelen
9. Sociale dimensie – status, respect, macht, groep
10. People & Planet
11. Dromen, wensen, hoger doel
12. Risico's, zorgen, fouten, oplossingen
13. Drempels etc.

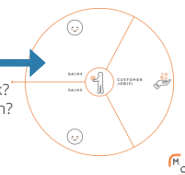


Value pyramid



Gains

Wat vindt de klant leuk? Waar wordt die blij van?



Geen wiskunde

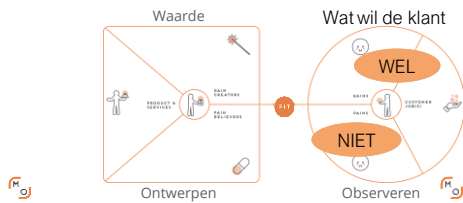


BIOSCOOP
Gain: snel naar binnen
Pain: in de rij staan
Wachttijd



Eerst **Onderzoek:**
je klant **observeren** en
interviewen

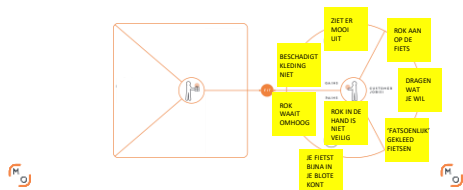
Daarna pas
je product
ontwerpen



[doelgroep]
fietsende vrouwen
met een rok aan

[taak]
ook bij harde wind
kunnen fietsen met
een rok aan

[probleem]
rok waait op



Het Waardepropositiecanvas is een
ontwerptool
Het verandert met ieder nieuw inzicht

Praat
met klanten
Wat willen ze
wel en niet?



Bepaal je
gespreksonderwerpen

en je
vragen



En dan
naar buiten



Praat **niet** over je oplossing

Vindt u het een goed idee?

Ja!



Praat **niet** over de toekomst

Zou u het gaan gebruiken?

Natuurlijk!



Hoe **werkte** dat?

Wat zou **beter** kunnen?

Waar word je **blij** van?

Waar **baal** je van?



Hoe onderzoeken?
Met open vragen!



Vraag wat mensen
in een situatie
doen of willen

en

LUISTER



Vertel eens over de laatste keer dat... (LUISTER)
Wanneer was dat? Hoe vaak? - OPEN VRAGEN -
Wat ging goed? Waarom?
Wat ging slecht? Waarom?
Welke probleem kwam je daarbij tegen?
Hoe heb je dat toen opgelost? Waarom zo?
Wat zouden alternatieven kunnen zijn?
Wat zou je in die situatie (nog) wensen?
Wil je het goedkoper, sneller, makkelijker, groener,
efficiënter, lekkerder, beter etc. etc.? (concreet)
Wat is echt belangrijk? Waarom? Een vraag vergeten?
Dan pas oplossing, product.
Met wie kan ik verder nog praten?

Waar vind je de klant?



Waar zit de (potentiële) doelgroep?

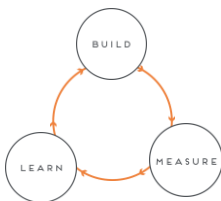
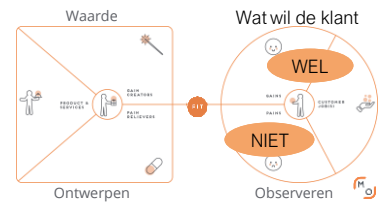


Bij Ikea Bij AH
 Op het station Op de markt
 Op de campus In de kroeg
 Op straat Bij de burens
 Aan de telefoon

Zoek ook op internet



Op fora Op instructables
 Op etsy Op marktplaats
 Op pinterest Op youtube
 Vakbladen Marktdeskundiger
 Brancheverenigen



GOOTB
 Get Out Of The Building

Get ~~un~~comfortable



Opdracht Klantgesprekken



1. Bepaal je belangrijkste doelgroep(en).
2. Bedenk zoveel mogelijk Jobs, Pains & Gains (aannames) van de doelgroep(en) op geeltes. (Dus: Wat willen klanten wel en niet?) Plaats ze in een Waardepropositiecanvas (alleen rechterkant!)
3. Maak een top 3 van aannames mb.t. je klanten. Welke Jobs, Pains of Gains moet je onderzoeken?
4. Bepaal de gespreksthema's voor de klantgesprekken plus de OPEN vragen.
5. Daarna ga je naar buiten! Letterlijk en figuurlijk.

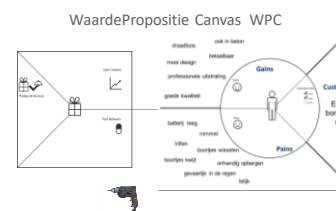
Deel 2:
 Waardepropositie Canvas
 (WPC- linkerkant)

14 februari 2022




Gatenmaker
 +
 prestaties, features, resultaat, prijs,
 kwaliteit, ontwerp, kleur,
 feeling, merk, status, batterij,
 kostenbesparing, comfort, box,
 veiligheid, risicoverlaging, service,
 garantie, nieuwhed, originaliteit
 en ...

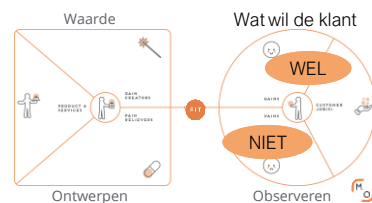
Andere 'klanten'
 Andere Jobs
 Andere Pains
 Andere Gains



Job: ik wil OK eten
 Gain: het eten is top



Job: ik wil top eten *
 Pain: het eten is OK
 Kwaliteit



uniek, origineel, mooi, design, snel, verhaal, duur, modern, lekker, gezond, duurzaam, authentiek, ambachtelijk, snel, comfortabel, makkelijk, imago, kwaliteit, goede prijs, modieus, trendy, prettig, persoonlijk, standaard, bewust, veilig, saai, verrassend, zorgeloos, creatief, verdiepend, vet, impact, weinig risico, meer tijd, gemak, identiteit etc.

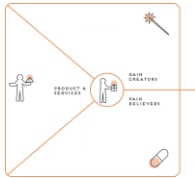
WAT HOUDT DAT PRECIES IN??!!



Waardepropositie Canvas = Ontwerptool



Waardepropositie Waarde = Wat? = Ontwerpen



Value map

- Product & Services
- Gain creators
- Pain relievers



Product & Services

Kenmerken van product of dienst

Tastbaar
het product/ dienst zelf

Niet tastbaar
aftersales
garantie

Digitaal
downloads
online ondersteuning

Financieel
financiering
verzekering

Wees specifiek. Niet: een borrelplank, maar een borrelplank van sloophout met grappige quotes.



Pain relievers
Oplossers

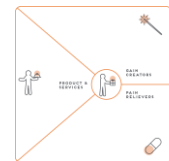
Hoe realiseer je die?



Pain relievers - pijnstillers

- features
- hogere kwaliteit
- besparing
- makkelijke bediening
- wegnemen negatieve sociale gevolgen
- risico's elimineren
- goed gevoel

Wees specifiek. (Bijv. Welke besparing precies?)
En hoe realiseer je die Pain relievers?



Gain creators
Blijmakers

Hoe realiseer je die?



Gain creators - blijmakers

resultaten boven verwachting
betere prestaties dan de huidige oplossing

maakt het leven makkelijker
iets speciaals

positieve sociale gevolgen

Wees specifiek. (Bijv. exacte resultaten?)
En hoe realiseer je die Gain creators?



WaardePropositie Canvas WPC



Het bedrijf moet keuzes maken

Welke Jobs, Pains & Gains laat je zwaar wegen?
Welke minder zwaar?
Welke helemaal niet?

Hoe ga je dat realiseren?

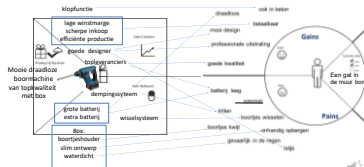
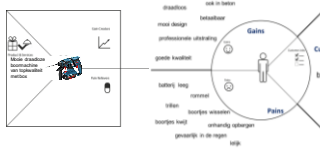


Waarden



gatenmaker,
prestaties (draadloos, batterijduur),
features (klopboor), resultaat (strak),
prijs (redelijk), kwaliteit (top), ontwerp
(top), kleur (mooi), feeling (macho),
merk (bekend), status (merkuitstraling),
comfort (weinig trilling), veiligheid
(waterdicht), nieuwheid (laatste
model), originaliteit, service (top),
box (mooi, handig, sterk) en ...

WaardePropositie Canvas WPC



Specificeren

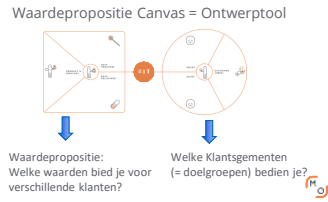
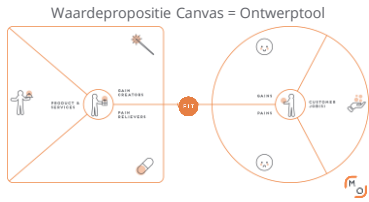
Gain: betaalbare boormachine

- lage winstmarge
- scherpe inkoop
- efficiënte productie

In toelichting bij WPC:

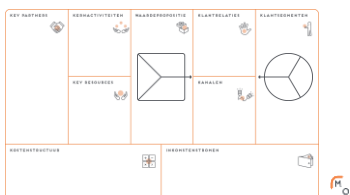
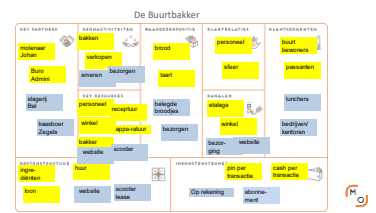
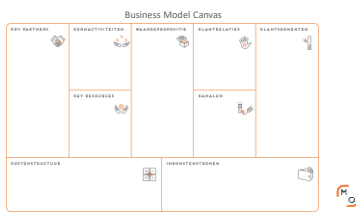
Wat betekent betaalbaar?

Hoe wordt dat allemaal gerealiseerd?



Deel 3.
Business Model Canvas (BMC)

14 februari 2022



1. Klantsegmenten

Two empty vertical rectangular boxes intended for defining customer segments.

1. Klantsegmenten
Wie zijn of worden je klanten?

Two empty vertical rectangular boxes intended for defining customer segments.

Klantsegmenten
Doelgroepen
Markten

Niet algemeen, maar Specifiek!

Te algemeen: jonge vrouwen



Niet algemeen, maar Specifiek!

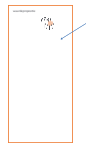
Te algemeen: jonge vrouwen
Specifiek: modebewuste vrouwen tussen 18-30 jaar met interesse voor gezonde voeding en met een bovengemiddeld bestedingspatroon



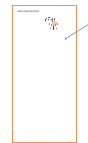
Nog Specifieker!

In toelichting per blok:

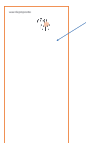
- modebewust: ZARA? BIJ? 9 straatjes?
- interesse voor gezonde voeding: fruit? fair trade? biologisch?
- bovengemiddeld bestedingspatroon: t.o.v. andere studenten? t.o.v. werkenden?



2. Waardepropositie



2. Waardepropositie
Wat bied je aan?

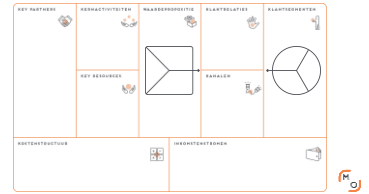


2. Waardepropositie
Wat bied je aan? Hoe maak je het verschil?

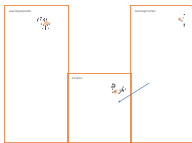




Waarden
 gatenmaker, draadloos, batterijduur, prestaties (draadloos, batterijduur), features (klopboor), resultaat (strak), prijs (redelijk), kwaliteit (top), ontwerp (top), kleur (mooi), feeling (macho), merk (bekend), status (kijk mij eens), comfort (weinig trilling), veiligheid (waterdicht), nieuwigheid (laatste model), originaliteit, service (top), box (mooi, handig, sterk) en ...



3. Kanalen
 Hoe bereik je je klanten?



- Kanalen
- (social) media
 - reclame
 - winkels
 - verkopers
 - website
 - bezorging
 - groothandel

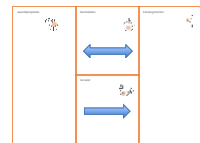
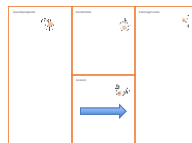
DIRECT - INDIRECT



- Kanalen fasen
- Bewustwording
 - Evaluatie (van propositie)
 - Aankoop
 - Levering
 - Service
 - Aftersales



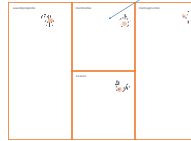
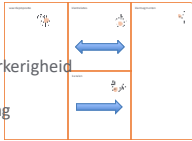
4. Klantrelaties



Meestal geldt:

Klantrelaties: wederkerigheid

Kanalen: één richting

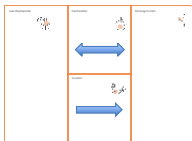


4. Klantrelaties
Hoe onderhoud je contact met je klanten?



Klantrelaties

- Persoonlijk
- Zelfbediening
- Geautomatiseerd
- Online
- Co creation
- Training
- Advies
- Service
- Aftersales



5. Inkomsten



5. Inkomsten
Hoe krijg je inkomsten?



- Inkomsten**
- eenmalige verkoop
 - herhaalde verkoop
 - abonnement
 - verhuur/ lease
 - verbruik
 - percentage
 - advertenties
 - gratis



6. Key resources



6. Key resources
Wat heb je nodig?



Key resources/ middelen

- Menselijk: personeel, kennis, image, ervaring, creativiteit, netwerk
- Fysiek: gebouw, auto, machines, software
- Intellectueel eigendom: know how, techniek, merk, ontwerp
- Financieel: cash, krediet, investering, subsidie

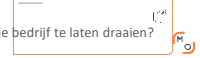


7. Kernactiviteiten



7. Kernactiviteiten

Wat doe je vooral om je bedrijf te laten draaien?



Kernactiviteiten

- Productie
- Marketing & Sales
- Problemen oplossen, Advies
- Platform, software
- Ontwikkeling R&D
- Management
- Logistiek
- etc.



8. Key Partners



8. Key Partners

Wie zijn je samenwerkingspartners?



Key partners

Een key partner is niet zomaar te vervangen.



9. Kostenstructuur



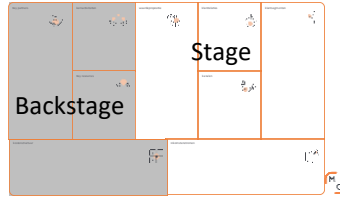
9. Kostenstructuur

Welke kosten maak je?



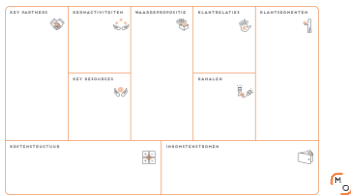
Kostenstructuur

- Vaste kosten
- Variabele kosten
- Synergievoordeel
- Schaalvergroting



Niet algemeen, maar Specifiek!

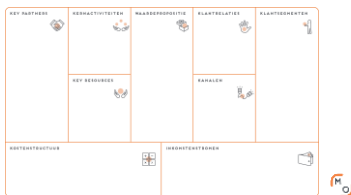
- Wat wil de klant precies (niet)?
- Welke klant bedoel je precies?
- Wat bied je precies?
- Wat doe je precies?
- Wat kost dat precies?
- Etc. etc.



Elke aanvulling of wijziging in één blok, heeft gevolgen voor andere blokken.

Dus steeds weer inzoomen en uitzoomen.

In- en uitzoomen



In- en uitzoomen



GOOTB Get Out Of The Building

Get ~~un~~comfortable



En nu?

1. In Airmeet + Miro, er lopen coaches rond.
2. Maak je eerste Business Model Canvas (BMC)
3. Eén onderwerp per geeltje
4. Wees specifiek! Zoom in en uit!
5. (NB de linkerkant van WPC maak je later ergens deze week.)



Tools:

BMC en de **Handout** BMC met onderwerpen

NIET KLAAR VOOR BMC?? Geen probleem!!

