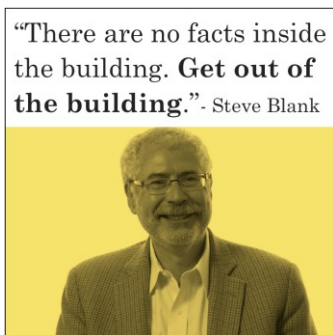
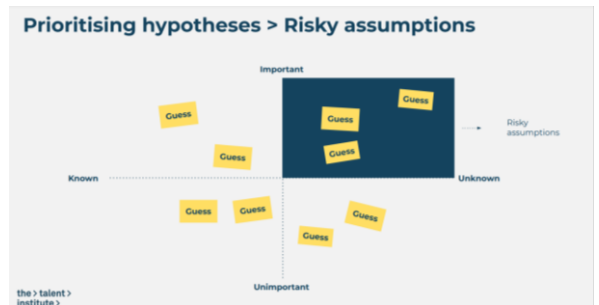


Van
 Waardepropositie Canvas (WPC)
 naar
 Business Model Canvas (BMC)

Start Up Factory
 Dinsdag 14 februari 2023



Dus eerst
 onderzoeken!



Daarna pas
 ontwerpen



Het bedrijf moet keuzes maken

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

Hoe ga je dat realiseren?



Zelfde **persoon**, andere **jobs**
per **situatie** of **moment**

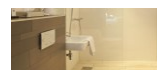


Hotel,
zakelijke
overnachting



Jobs:

- Goed slapen
- Goed ontbijten
- Goed douchen
- Goede prijs

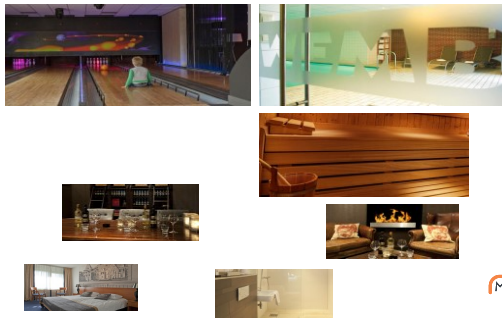


ontbijt

€ 72,- incl.



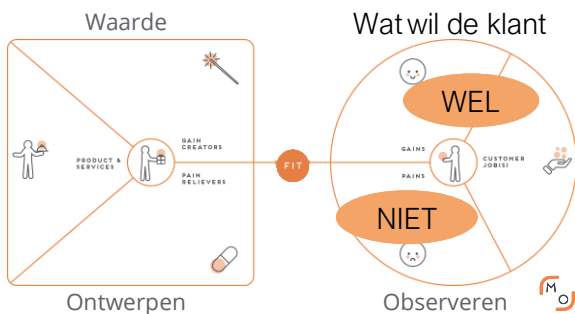
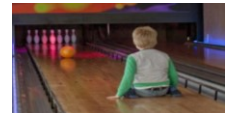
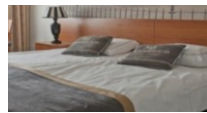
Hotel, onderweg met gezin



Jobs:

Leuke tijd met de kinderen

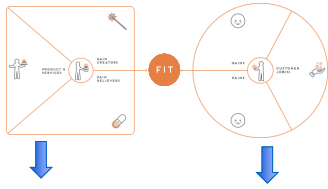
Zelfde **persoon**, andere **jobs**
per **situatie** of **moment**



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 PRECIJS IN??!!

Waardepropositie Canvas = Ontwerptool



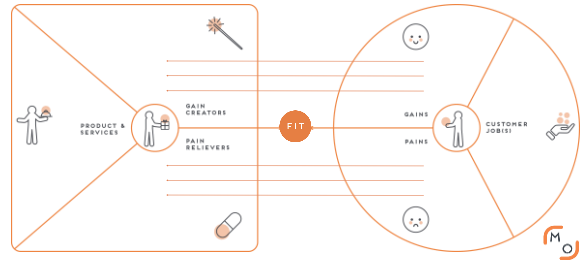
Waardepropositie:
Welke waarden bied je voor
verschillende klanten?

Welke Klantsgementen
(= doelgroepen) bedien je?



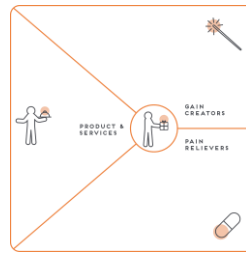
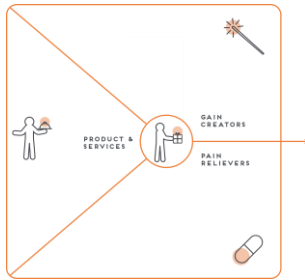
Ontwerpen - waarde

Onderzoek - klant



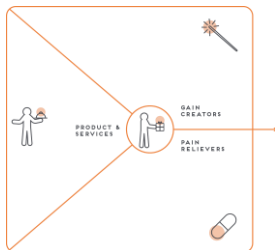
Waardepropositie Waarde = Wat?

= Ontwerpen



Value map

- Product & Services
- Gain creators
- Pain relievers



Pain relievers
Oplossers

Hoe realiseer je die?

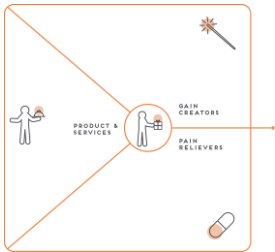


Pain relievers - pijnstillers

- besparing
 - features
 - hogere kwaliteit
 - 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?



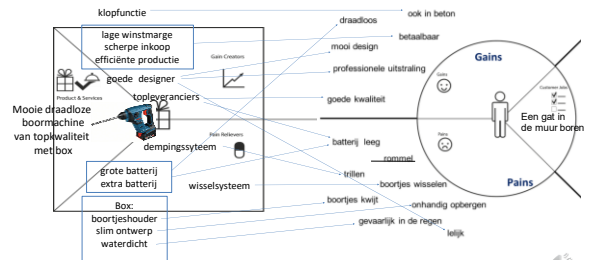
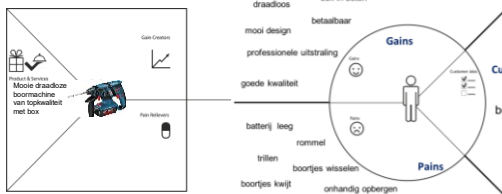
Het bedrijf moet keuzes maken

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

Hoe ga je dat realiseren?



WaardePropositie Canvas WPC



Specificeren

Gain: betaalbare boomachine

Gain creators:

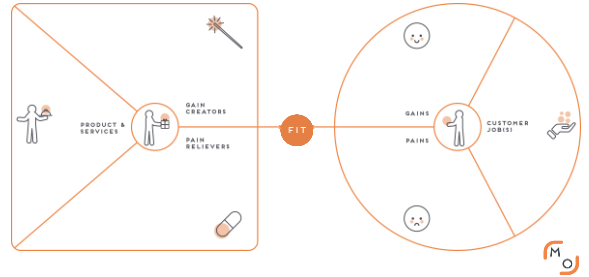
- lage winstmarge
- scherpe inkoop
- efficiënte productie

In toelichting bij WPC:

Wat betekent betaalbaar?

Hoe wordt dat allemaal gerealiseerd?

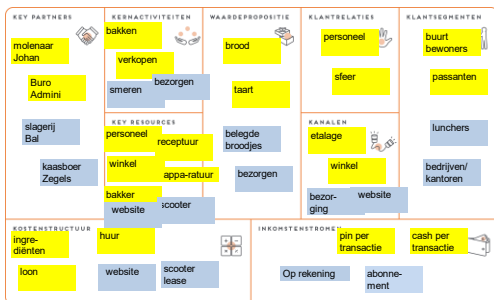
Waardepropositie Canvas = Ontwerptool



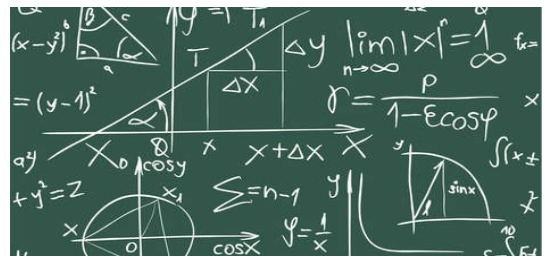
Business Model Canvas




De Buurtbakker



ONTWERP TOOL, GEEN WISKUNDE!!



1. Klantsegmenten



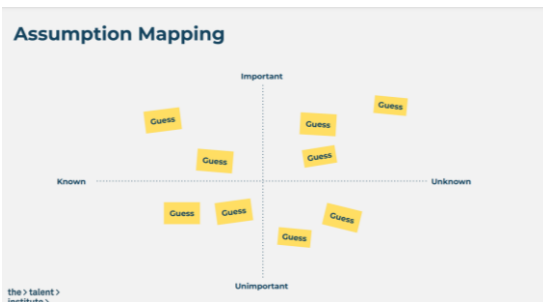
1. Klantsegmenten
Wie zijn of worden je klanten?



Klantsegmenten
Doelgroepen
Markten



Andere Jobs
Andere Pains
Andere Gains



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



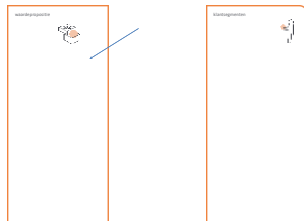
Nog Specifieker!

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

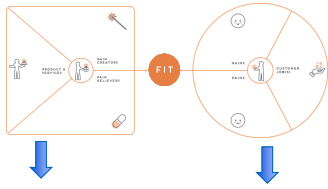
Wat bied je aan? Hoe maak je het verschil?



Waarden

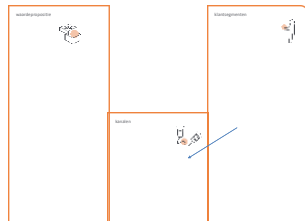
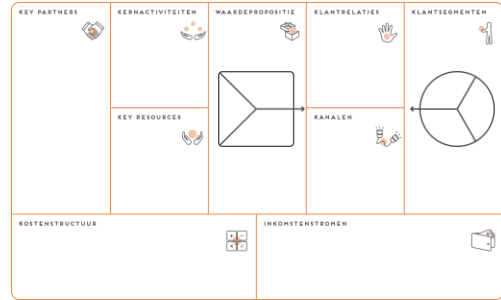
gatenmaker, 
prestaties (draadloos, batterijduur),
features (klopboor), resultaat
(strak), prijs (redelijk), kwaliteit
(top), ontwerp (top), kleur (mooi),
feeling (macho), merk (bekend),
status (kijk mij eens), comfort
(weinig trilling), veiligheid
(waterdicht), nieuwheid (laatste
model), originaliteit,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

Waardepropositie Canvas = Ontwerptool



Waardepropositie:
Welke waarden bied je voor
verschillende klanten?

Welke Klantsgementen
(= doelgroepen) bedien je?



3. Kanalen
Hoe bereik je je klanten?

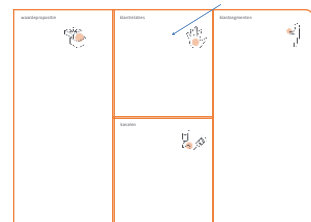
- (social) media
- reclame
- winkels
- verkopers
- website
- bezorging
- groothandel

Kanalen

DIRECT - INDIRECT

Kanalen
fases

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



4. Klantrelaties
Hoe onderhoud je contact met je klanten?

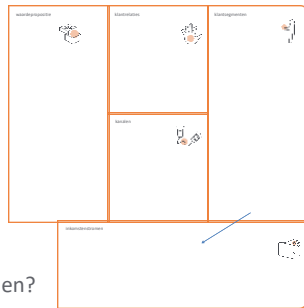
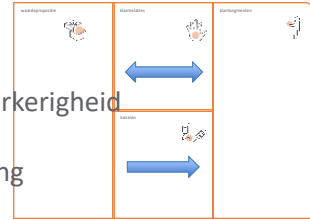
Klantrelaties

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

Meestal geldt:

Klantrelaties: wederkerigheid

Kanalen: één richting

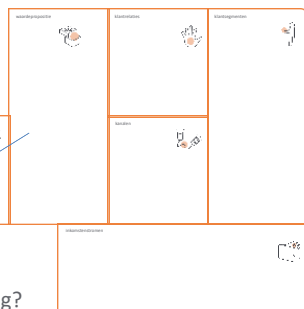


5. Inkomstenstromen
Hoe krijg je geld binnen?



Inkomsten

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

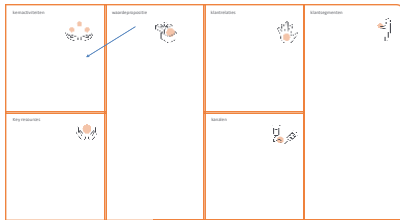


6. Key resources
Wat heb je nodig?



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

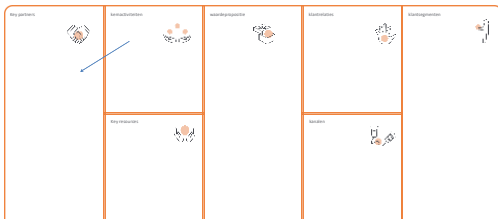


7. Kernactiviteiten
Wat doe je vooral om je bedrijf te laten draaien?



Kernactiviteiten

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

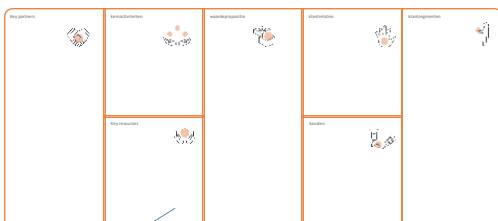


8. Key Partners
Wie zijn je samenwerkingspartners?



Key partners

Een key partner is niet zomaar te vervangen.



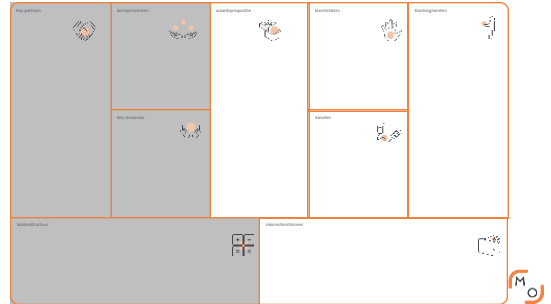
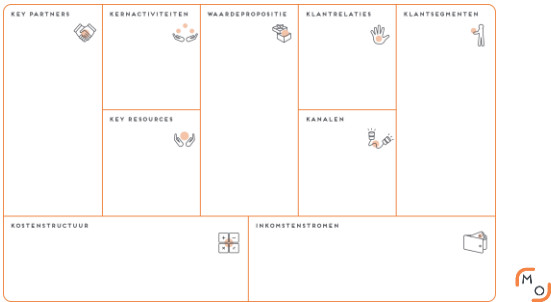
9. Kostenstructuur
Welke kosten maak je?



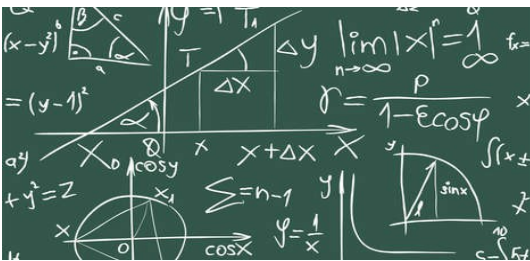
Kostenstructuur

- Vaste kosten
- Variabele kosten
- Synergievoordeel
- Schaalvergroting



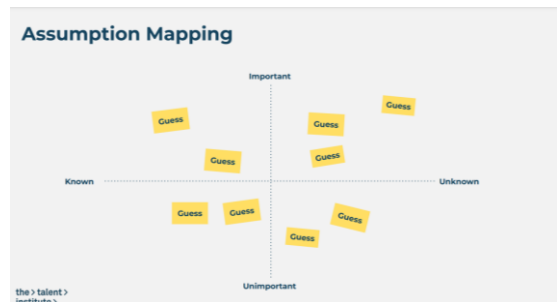
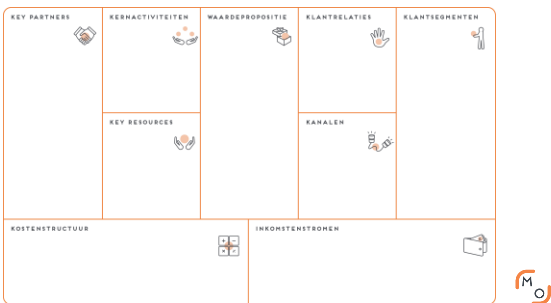


GEEN WISKUNDE!!



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.



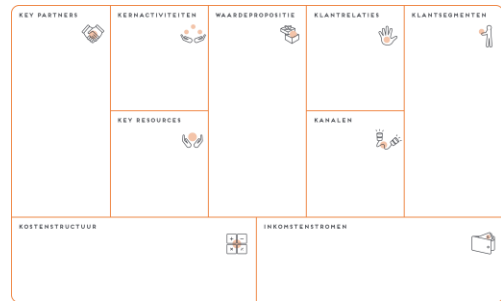


Elke aanvulling of wijziging in één blok, heeft gevolgen voor andere blokken.

Dus steeds weer inzoomen en uitzoomen.



In- en uitzoomen



In- en uitzoomen

GOOTB Get Out Of The Building

Get ~~un~~comfortable



En nu?



1. Maak je eerste Business Model Canvas (BMC)
2. Eén onderwerp per geeltje
3. Wees specifiek! Zoom in en uit!
4. (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!!

