

# **BUSINESS MODEL CANVAS WORKSHOP**

**ΕΜΠ - ΕΠΙνοώ**  
**9 Απριλίου 2016**

# Βοηθούμε τους νέους να τολμήσουν το όραμά τους!



- **Ποιοι είμαστε στο ΚΕΜΕΛ**
  - ❑ Περίπου 50 ενεργά και πρώην ανώτατα διευθυντικά στελέχη
  - ❑ Τουλάχιστον 25 χρόνια εμπειρία ο καθένας και τουλάχιστον 10 χρόνια σε υψηλές θέσεις μεγάλων Ελληνικών και διεθνών εταιριών
  - ❑ Εμπειρία και τεχνογνωσία από πολλούς διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας.
  - ❑ Εμπειρία από Γενική Διεύθυνση, Marketing, Πωλήσεις, Παραγωγή, Supply Chain Management, Οικονομική Διεύθυνση, Human Resources, Information Management

- **Αποστολή του ΚΕΜΕΛ**

Να συμβάλει εθελοντικά στην ανάπτυξη της νεανικής καινοτόμου επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, αξιοποιώντας την εκτεταμένη πρακτική εμπειρία και τεχνογνωσία των μελών του

- **Οι αρχές του ΚΕΜΕΛ**
  - ❑ Δωρεάν Παροχή Υπηρεσιών
  - ❑ Εμπιστευτικότητα
  - ❑ Αντικειμενικότητα
  - ❑ Διαφάνεια, Αποτελεσματικότητα, Επαγγελματική Δεοντολογία
  - ❑ Το ΚΕΜΕΛ δεν ανταγωνίζεται τους επαγγελματίες συμβούλους. Απευθύνεται όπου δεν υπάρχουν τα μέσα και επαρκείς πόροι.
  - ❑ Μόνο counseling και mentoring (όχι consulting).



**Κ Ε Μ Ε Λ**  
ΚΕΝΤΡΟ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ΜΑΝΑΤΖΕΡ ΕΛΛΑΔΟΣ

Εμπειροί manager βοηθούν το επιχειρηματικό σου ξεκίνημα διατρέων.

ΤΟ ΚΕΜΕΛ BUSINESS PLAN & ΆΛΛΑ ΕΡΓΑΣΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΣΗΣΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΝΕΑ-ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

## Ο δρόμος της επιχειρηματικότητας δεν είναι εύκολος.

Γίνεται όμως ευκολότερος αξιοποιώντας τις εμπειρίες και την τεχνογνωσία των μελών του ΚΕΜΕΛ.

[ΔΕΙΤΕ ΠΙΣΩ >](#)



### Επικοινωνήστε με το ΚΕΜΕΛ

Αναζητάς έγκυρες συμβουλές για τα επιχειρηματικά σου σχέδια; Χρειάζεσαι βοήθεια για να βελτιώσεις το επιχειρηματικό σου μοντέλο; Θέλεις μέντορα να παρακολουθήσει τα βήματά σου; [Συμπλήρωσε τη φόρμα επικοινωνίας...](#)

Ακόμη μπορείς να συναντηθείς το ΚΕΜΕΛ στο γραφείο του που βρίσκεται στο **ΙΝΝΟΒΑΤΗΝ5**, στην Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων στο Γκάζι. Κάθε **Δευτέρα και Τετάρτη** και ώρα **16.00 έως 18.00** κάποιο μέλος του ΚΕΜΕΛ θα βρίσκεται εκεί να σας υποδεχθεί και να σας ακούσει!



### Εργαλειοθήκη Νέου Επιχειρηματία

Ακολουθήστε τον οδηγό ανάπτυξης επιχειρηματικού σχεδίου, ανακάλυψε έτοιμα business plan, μάθε τη χρησιμότητα του Business Model Canvas, βρες υποδείγματα marketing plan, ενημερώσου για τους τρόπους χρηματοδότησης και επέλεξε έτοιμα χρηματοοικονομικά templates. Διάβασε πλούσια αρθρογραφία για την επιχειρηματικότητα.



### Δείτε Σεμινάρια και Εκδηλώσεις του ΚΕΜΕΛ

Το ΚΕΜΕΛ οργανώνει Σεμινάρια και Διαλέξεις που απευθύνονται σε νέους επιχειρηματίες, σε σπουδαστές και φοιτητές. Αν ενδιαφέρεστε μπορείτε να απευθυνθείτε στο ΚΕΜΕΛ. Θα βρείτε επίσης παρουσιάσεις, εκδηλώσεις, συνεντεύξεις μελών του ΚΕΜΕΛ στα ΜΜΕ. Η θεματολογία είναι πλούσια και αφορά όσους ενδιαφέρονται για την επιχειρηματικότητα.

- Δημήτρης Παξιμάδης, Μέλος ΚΕΜΕΛ
  - ◆ π. Πρόεδρος & Δνων Σύμβουλος OgilvyOne
- Γιάννης Κώτης, Μέλος ΚΕΜΕΛ
  - ◆ π. Πρόεδρος ALGIDA
- Δημήτρης Καλογεράς, Μέλος ΚΕΜΕΛ
  - ◆ Π. Διευθύνων Σύμβουλος Nexans Ελλάς
- Διονύσης Σπηλιόπουλος, Μέλος ΚΕΜΕΛ
  - ◆ π. Διευθύνων Σύμβουλος Schneider Ελλάς



- **1<sup>ο</sup> Μέρος**
  - **Παρουσίαση BMC,**
  - **Ερωτήσεις**
- **2<sup>ο</sup> Μέρος**
  - **Brief προς ομάδες,**
  - **Παρουσίαση ενδεικτικού Καμβά**
  - **Καθοδήγηση και δημιουργία εναλλακτικών BMC's**
- **3<sup>ο</sup> Μέρος**
  - **Παρουσιάσεις BMC από κάθε ομάδα,**
  - **Συζήτηση**



### Αντικείμενο

**Η παρουσίαση που ακολουθεί, φιλοδοξεί να σας ενημερώσει για την εξέλιξη του marketing, την χρήση και χρησιμότητα του Business Model Canvas , ενός σύγχρονου επιχειρηματικού εργαλείου για οποιαδήποτε επιχείρηση, που ειδικά στην περίπτωση των startups, που μεγιστοποιεί την δυνατότητα και πιθανότητα μετατροπής της επιχειρηματικής ιδέας σε βιώσιμη επιχείρηση.**

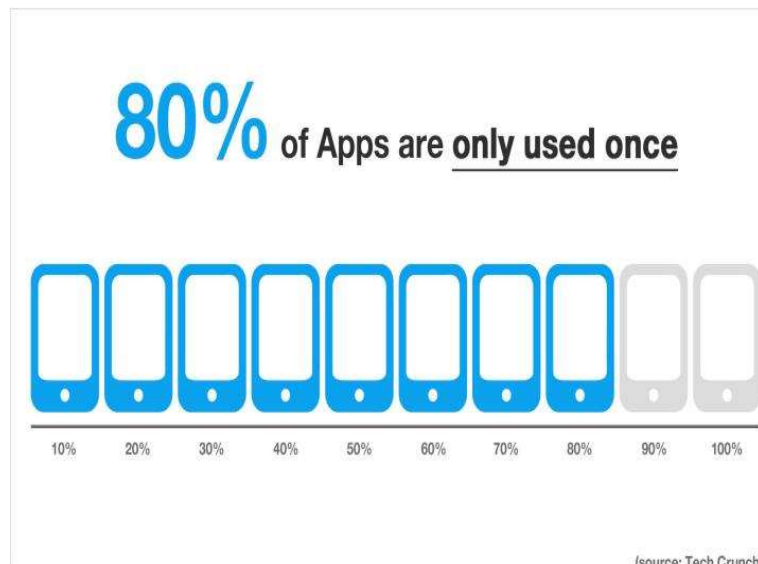
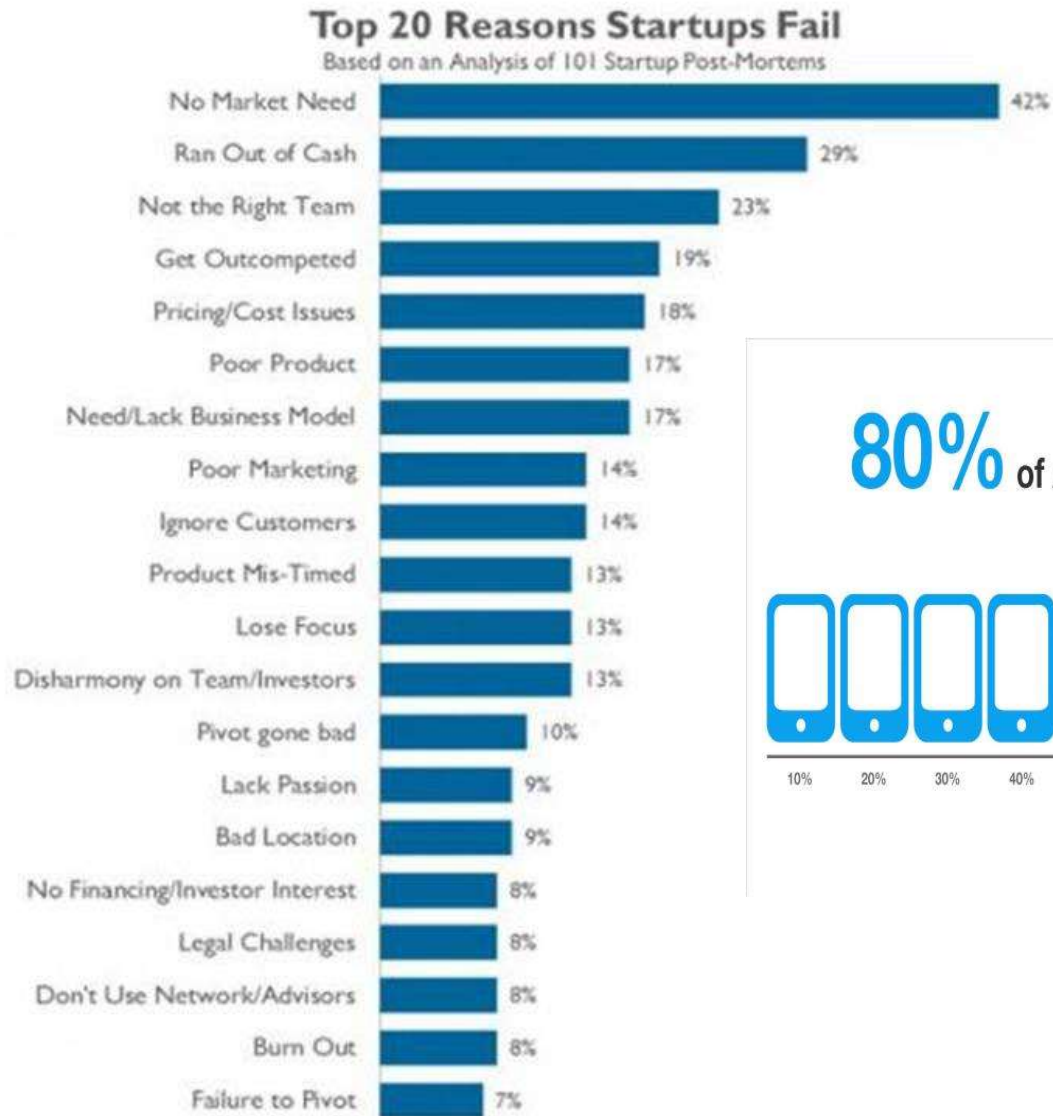
**Το BMC είναι επινόηση του Alexander Osterwalder, και είναι από τις ελάχιστες περιπτώσεις που ένα Ευρωπαϊκό επιχειρηματικό εργαλείο κατακτά τις ΗΠΑ.**

### Ο Ορισμός μιας Startup

**Μια startup είναι ένας προσωρινός οργανισμός ο οποίος σχηματίζεται προκειμένου να αναζητήσει ένα βιώσιμο, επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο Business Model.**

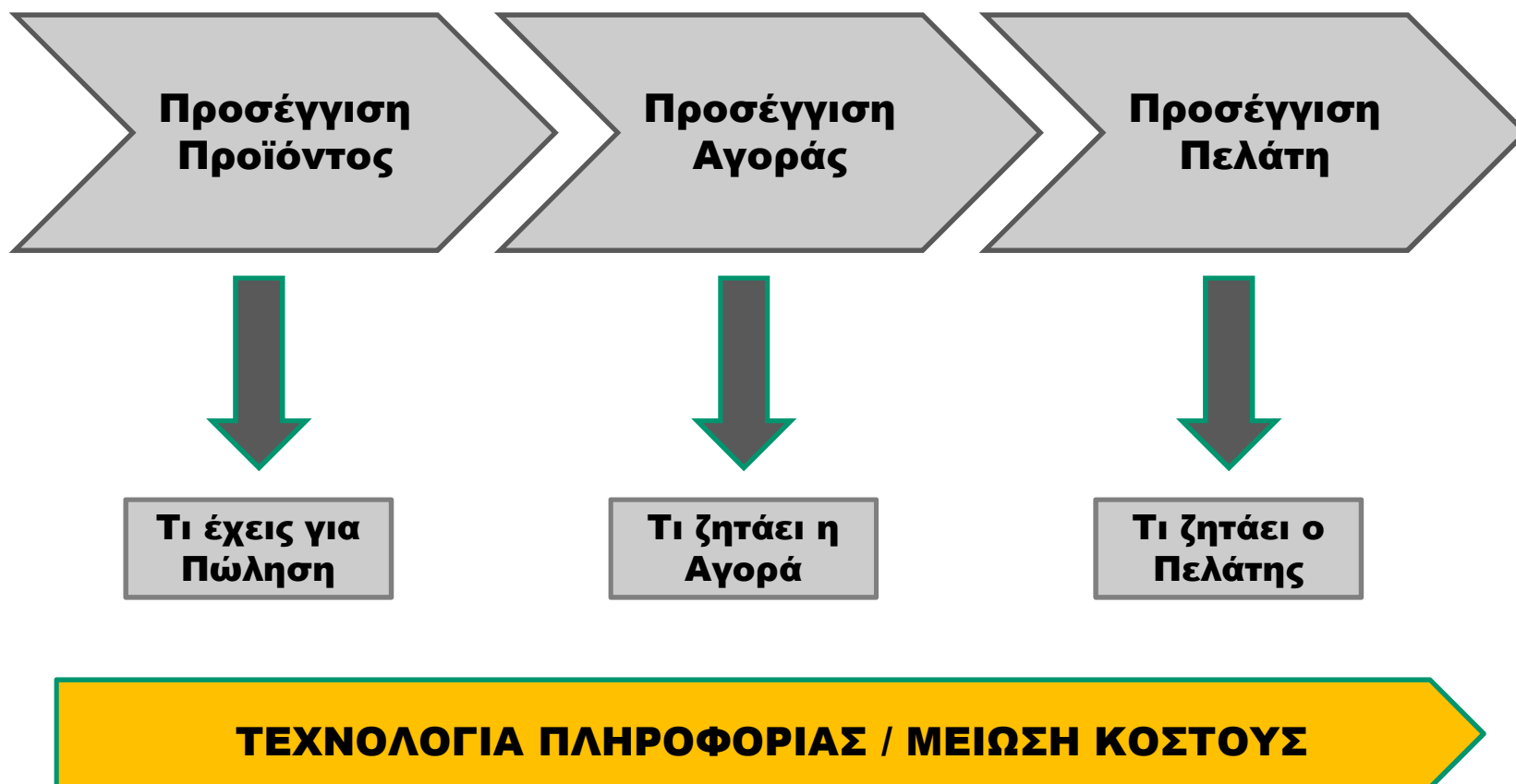


## Why 9 out of 10 startups fail (according to their founders)



**Θέλετε να ελαχιστοποιήσετε τις πιθανότητες να είστε μία από τις “9 στις 10” ?**

**Αν ναι, τότε κατανοήστε και χρησιμοποιείστε σωστά το Business Model Canvas.**



### Δηλαδή....

**Από το «Μπορείτε να διαλέξετε όποιο χρώμα θέλετε, αρκεί να είναι ....μαύρο» του Henry Ford, στην επιλογή και αγορά αυτοκινήτου, ακόμη και μέσω ebay Motors!!!**



1925 Ford Model T



Best car buying apps

### Και επίσης....

**Από τις 2 επιλογές για όλους του 1917 από την Converse (τι έχεις για πώληση), στην επιλογή της αγοράς από διάφορα είδη και μάρκες (τι ζητάει η αγορά), στο προσωπικό μήνυμα που θα ήθελε ο πελάτης στα παπούτσια του (τι ζητάει ο πελάτης).**



All Star σε καφέ και λευκό  
(No skid )



Διάφορες μάρκες  
Αθλητικών



Προσωπικό μήνυμα,  
ομάδα, Hashtag κλπ

### Marketing και Marketing Mix

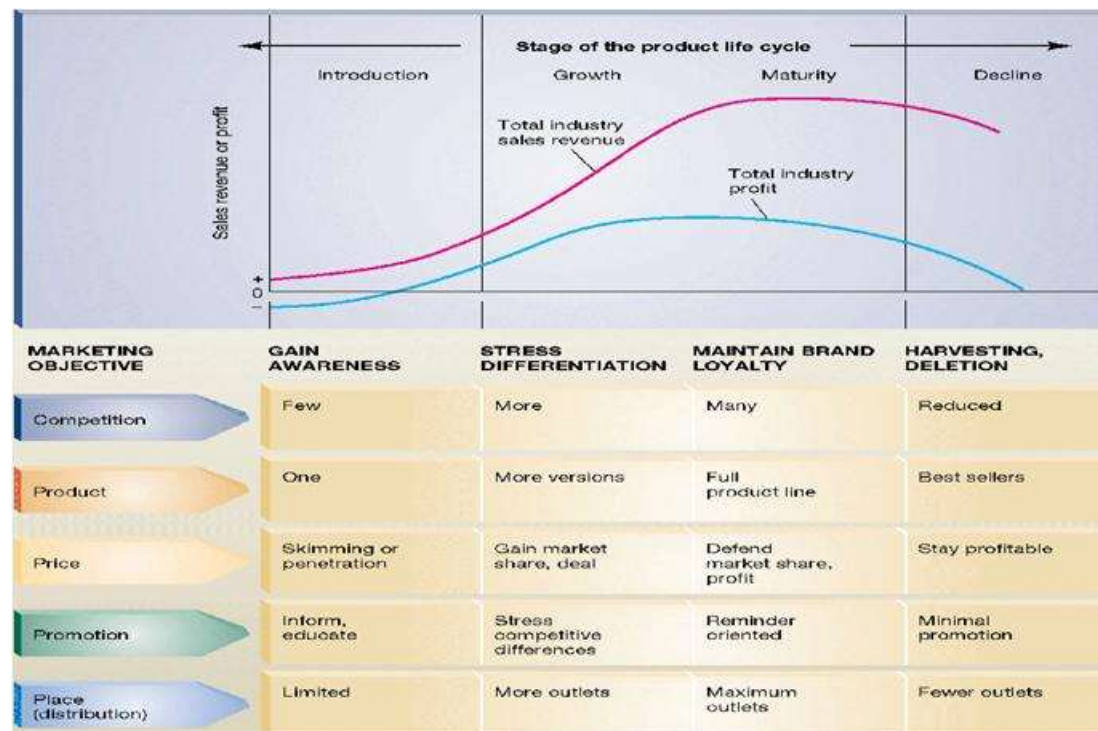


**Δεν ήταν τυχαίο πως στα 4 στοιχεία του μείγματος marketing δεν περιλαμβάνεται ο πελάτης.**



### Η εξέλιξη του Marketing

Οι δύο βασικές έννοιες με τις οποίες μεγαλώσαμε τις πρόσφατες δεκαετίες ήταν το Marketing Mix με τα 4P, και το Product Life Cycle που όχι μόνο έδινε μια καθαρά προϊοντική οπτική του Marketing, αλλά και μας καθοδηγούσε για το είδος ενεργειών Marketing που θα έπρεπε να υλοποιήσουμε σε κάθε στάδιο.

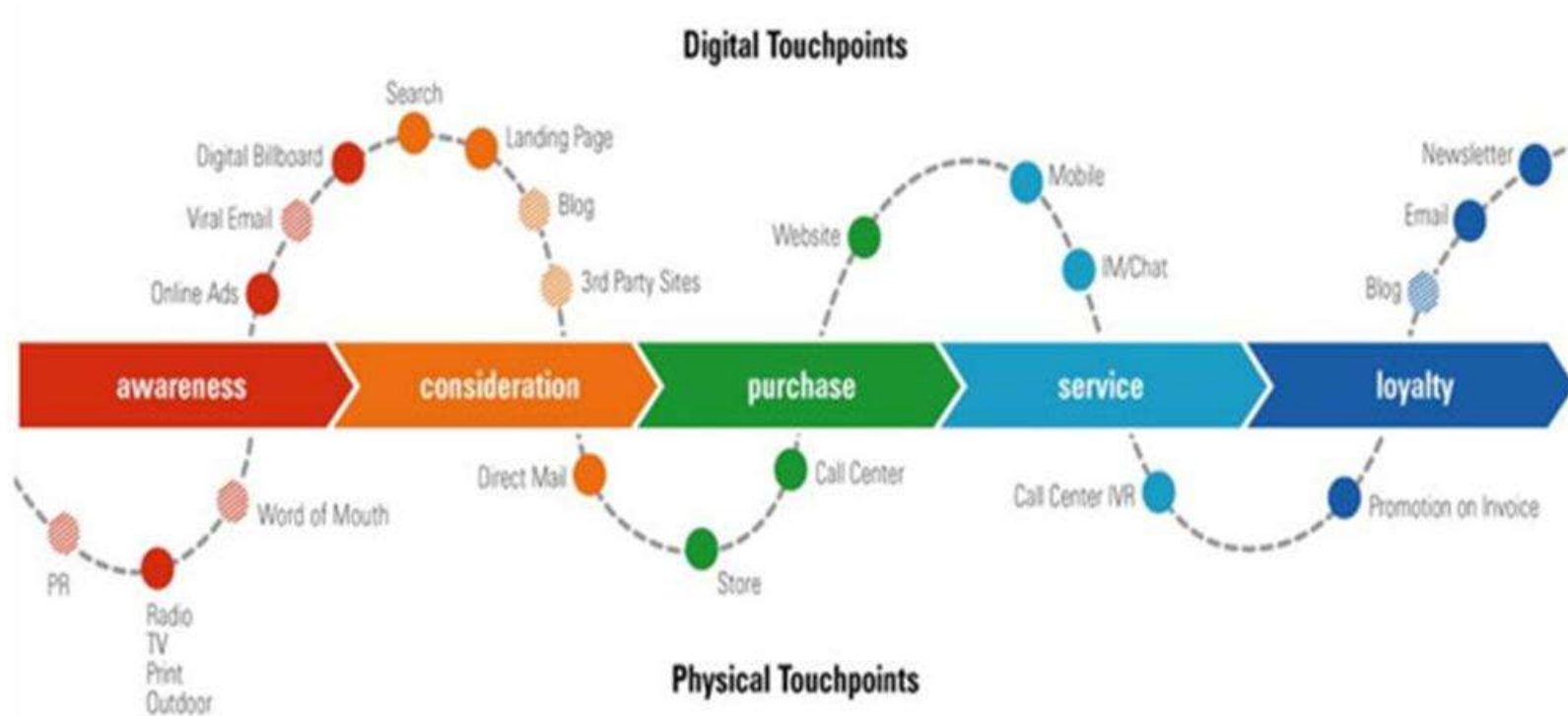


### Από το Product στο Customer Life Cycle

Με την εξέλιξη των υπολογιστών, το Database Marketing, και το CRM (Customer Relationship Marketing), το Customer Life Cycle «υποκατέστησε» το Product Life Cycle, ενώ με την διείσδυση των προσωπικών υπολογιστών και του Internet, εδραιώθηκε στα τέλη της δεκαετίας του '90, η εξειδίκευση του Interactive Marketing. Η συνέχεια είναι γνωστή με την έκρηξη του Web Marketing, των Social Media, του Mobile Marketing κλπ.



### Digital Marketing, η αρχή του τέλους των 4P



**Το digital marketing με την προσθήκη των digital touch points στο Customer Life Cycle και Customer journey management, απαιτούσε πλέον μια νέα θεώρηση των 4P's.**

### Τα 3 είδη σημείων επαφής με πελάτες

#### **Paid:**

Παραδοσιακά και ψηφιακά διαφημιστικά κυρίως μέσα, όπως TV spots, PPC Ads, Posters κλπ.

#### **Owned:**

Ελεγχόμενα πληροφοριακά κυρίως μέσα όπως Web Page, Blogs, Apps, Facebook page κλπ.

#### **Earned:**

Μη ελεγχόμενα κοινωνικά μέσα όπως Re-tweets, Facebook, word-of-mouth κλπ.

### Touchpoint Mapping

**Όσο περισσότερα είναι τα σημεία επαφής, τόσο πιο περίπλοκη (αλλά και αναγκαία) είναι η χαρτογράφηση (Touchpoint Mapping), λαμβανομένου υπ'όψη ότι σχετίζονται με το επί μέρους αγοραστικό ταξίδι (Customer Journey), αλλά και τον ευρύτερο κύκλο ζωής του πελάτη (Customer Life Cycle).**

**Σκεφθείτε ότι κάθε σημείο επαφής μπορεί να απαιτεί διαφοροποιημένο περιεχόμενο και επικοινωνιακή στρατηγική.**

**Στην συνέχεια βλέπουμε ένα ενδεικτικό Template χαρτογράφησης.**

## Από τα 4P του Marketing Mix στο Business Model Canvas

Customer Journey/Life Cycle Mapping	Before Purchase		Purchase	After Purchase	
	Awareness	Evaluation	Purchase	Usage	Loyalty
Website					
E-Shop					
Face to Face					
In-Store					
Call Center					
Facebook					
Reviews					
Web Forums					
Email					
Post					
Print/TV κλπ.					

**Channels, Customer Relationship, Customer Journey  
Touch point Mapping.  
Το παράδειγμα αγοράς μιας Ψησταριάς Υγραερίου.**



## Customer Touchpoint Mapping

Customer Journey/Life Cycle Mapping	Before Purchase		Purchase	After Purchase	
Touch Points	Awareness	Evaluation	Purchase	Usage	Loyalty
Website	Leroy Merlin, Praktiker, Media Markt κλπ.			Installation Video By Broil King	
E-Shop	Salonica e-shop , άλλα shops	Broil King	Salonica e-shop ειδική προσφορά		
Face to Face	Φίλος Chalandri Shop			Παραλαβή/Συναρμολόγηση	
In-Store		Leroy Merlin, Media Markt, Chalandri			
Call Center			Εντολή/Αγορά		
Facebook					
Reviews	Amazon, Various Brands	Skroutz/Τιμές, αξιολόγηση			
Web Forums					
Email				Ευχαριστήριο email	Συνταγές/ tips. Up Selling Cross Selling
Post			Αποστολή/Courrier		



**Τελικά το αγοραστικό έγινε και γευστικό ταξίδι που  
ανανεώνεται συνεχώς με νέες συνταγές**



**Αρνίσια hamburgers με τζατζίκι**



### **BROIL KING ΣΤΗΡΙΓΜΑΤΑ ΓΙΑ ΦΤΕΡΑ ΚΑΙ ΜΠΟΥΤΙΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ.**

- Τιμή 30,00 €
- ΣΤΗΡΙΓΜΑΤΑ ΓΙΑ ΦΤΕΡΑ ΚΑΙ ΜΠΟΥΤΙΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟΥ.

### Από τα 4P του Marketing Mix στο SAVE

**Στον Επιχειρηματικό και τον Ακαδημαϊκό χώρο έγιναν σημαντικές προσπάθειες για την υποκατάσταση των 4P από μια εναλλακτική πελατοκεντρική οπτική όπως:**

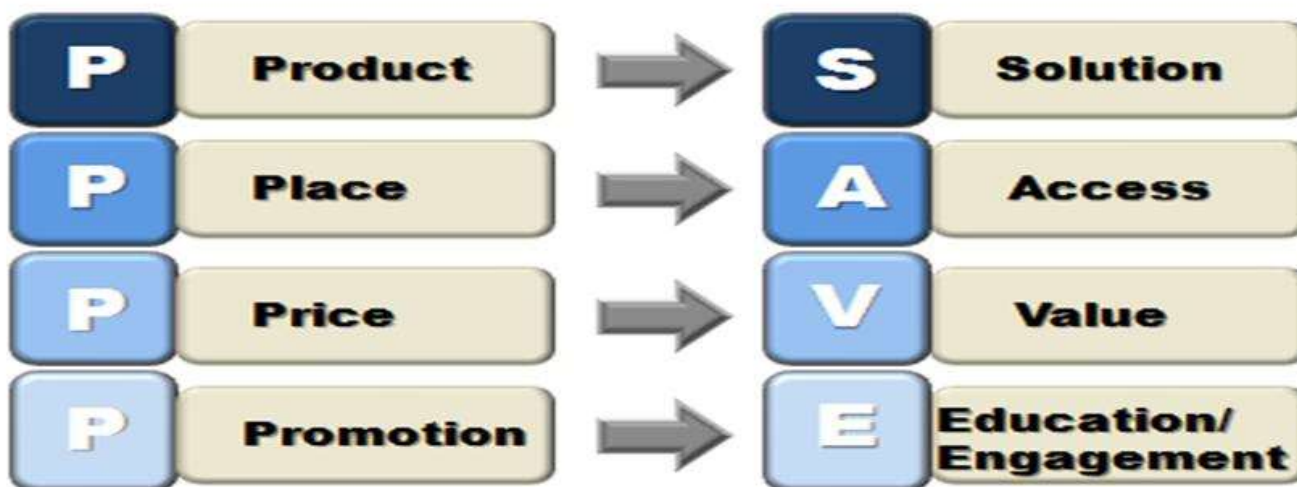
- **4C's (Consumer, Convenience, Cost, Communication),**
- **4E's (Experience, Everywhere, Exchange, Evangelism),**
- **SIVA (Solution, Information, Value, Access),**
- **SAVE (Solution, Access, Value, Education/Engagement).**

**Το 2013 στο Harvard Business Review δημοσιεύτηκε το άρθρο Rethinking the 4P's, και αναφερόταν στην ανάγκη αναθεώρησης των 4P's, με το σκεπτικό ότι “Yields narrow, product-focused strategies that are increasingly at odds with the imperative to deliver solutions”.**

**Στο άρθρο πρότεινε ως υποκατάστατο το SAVE το οποίο ξεκίνησε από την Motorola ως εργαλείο Business to Business, και θεωρείται σήμερα ως το πλέον δημοφιλές υποκατάστατο των 4P's και στον τομέα B2C .**

## Από τα 4P του Marketing Mix στο Business Model Canvas

### From 4 P's To SAVE



Ειδικά στον τομέα B2C η εξίσωση Πωλήσεων που είναι

$$\text{Sales} = \text{Performance} + \text{Emotion}$$

**Price**

απαιτεί διαφορετική έμφαση προς την λογική και το συναίσθημα του πελάτη, που προϋποθέτει εμπλοκή (Engagement), κάτι που προστέθηκε στο SAVE.

## Από τα 4P του Marketing Mix στο Business Model Canvas

**Αντί για το προϊόν (product), εστιάστε στην Λύση (Solution)**

**Προσδιορίστε την προσφορά σε σχέση με καλυπτόμενες ανάγκες/λύσεις, όχι ιδιότητες, λειτουργίες και τεχνικά χαρακτηριστικά.**



### Αντί για την διανομή (place), εστιάστε στην Πρόσβαση (Access)

**Δημιουργήστε ένα ολοκληρωμένο σύστημα εταιρικής παρουσίας στα κανάλια, με βάση το συνολικό «αγοραστικό ταξίδι» του πελάτη, αντί να δώσετε έμφαση σε μεμονωμένα σημεία διανομής και κανάλια επικοινωνίας.**



### Αντί για την τιμή (price), εστιάστε στην Αξία (Value)

**Αναφερθείτε στα οφέλη του προϊόντος/υπηρεσίας σας σε σχέση με την τιμή του χωρίς να δώσετε έμφαση στην τιμή του, σε συνάρτηση με το κόστος παραγωγής, περιθώρια κέρδους, ή τιμές ανταγωνισμού.**



Εσωτερική  
παρόρμηση

**Αντί για την προώθηση (promotion), εστιάστε στην Εκπαίδευση (Education) και την εμπλοκή (engagement) του καταναλωτή**

**Παρέχετε πληροφόρηση σχετική με διαφοροποιημένες ανάγκες σε κάθε σημείο του «κύκλου ζωής» του πελάτη, αντί να βασίζεστε αποκλειστικά σε Διαφήμιση/PR/Προώθηση.**





### Η εξέλιξη του διαλόγου με τους πελάτες

**Στο παραδοσιακό Marketing Mix των 4P, αρκούσε συχνά η εστίαση σε ένα βασικό όφελος, το USP (Unique Selling Proposition), η διαφήμιση από 1-2 βασικά μέσα, και ίσως και η παροχή κάποιου προωθητικού κινήτρου, προκειμένου να επιτύχουμε πωλήσεις.**

**Το marketing ήταν ένας επικοινωνιακός μονόδρομος.**

**Σε αντίθεση με το παρελθόν, η σύγχρονη επιχειρηματικότητα απαιτεί διαδραστική, διαπροσωπική και δημιουργική επικοινωνία με τους πελάτες, πάντα με τους όρους εμπλοκής του πελάτη.**

### Η εφαρμογή της πελατοκεντρικής προσέγγισης

Όπως θα δούμε στην συνέχεια, το Business Model Canvas μας «υποχρεώνει» να εφαρμόσουμε αυτή την πελατοκεντρική οπτική στο Επιχειρηματικό Μοντέλο μας, και να την αποτυπώσουμε σε μια σελίδα.

Δεν είναι τυχαίο πως αναλύουμε την αγορά χρησιμοποιώντας τα 4P, και την κατακτούμε με το SAVE.