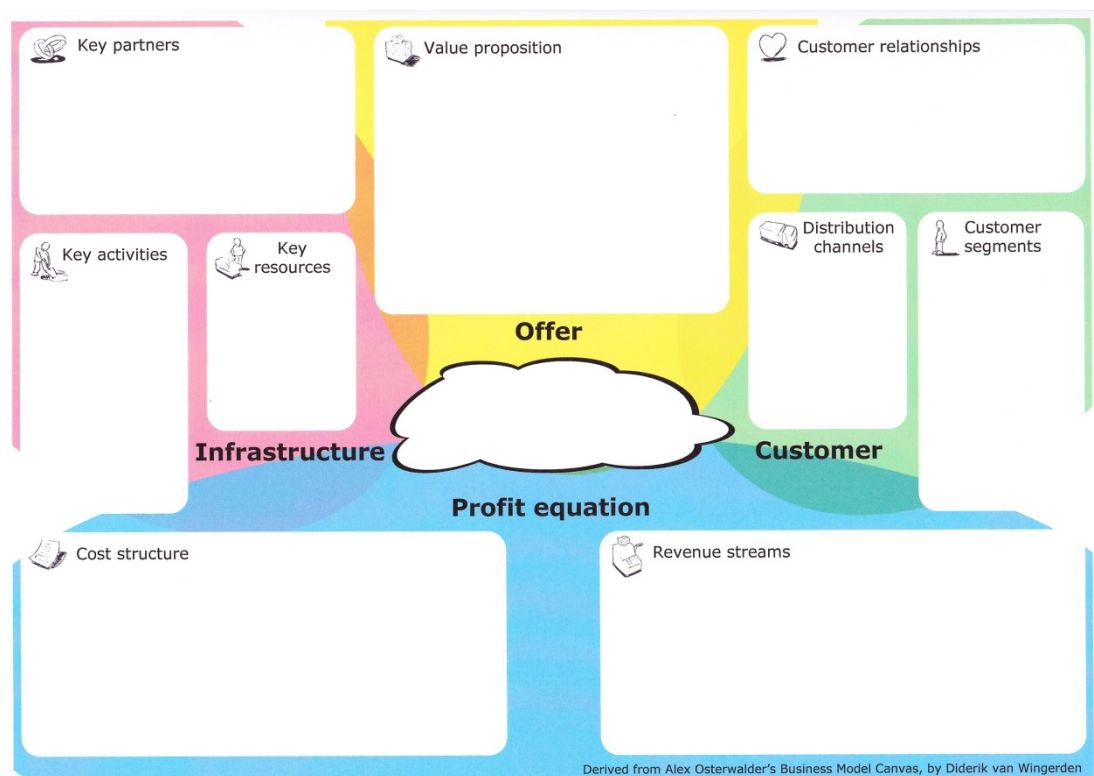


Business Model Canvas

Οδηγός Χρήσης

Οι Alexander Osterwalder και Yves Pigneur στο βιβλίο τους με τίτλο *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers* (2010) ανέπτυξαν τον Καμβά Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Model Canvas), που απεικονίζεται παρακάτω, ο οποίος αποτελεί μια δυσδιάστατη απεικόνιση των εννέα συστατικών στοιχείων ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ο καμβάς αποτελεί ένα δημοφιλές οπτικό εργαλείο διαχείρισης της στρατηγικής μιας επιχείρησης για την ανάπτυξη νέων ή την καταγραφή υφιστάμενων επιχειρηματικών μοντέλων.



Ο καμβάς επικεντρώνεται στα βασικά κομμάτια που απαρτίζουν ένα επιχειρηματικό πλάνο. Χωρίς να μπαίνει σε μεγάλες λεπτομέρειες, η νεοφυής επιχειρηματική ομάδα συμπληρώνει τις ενότητες που τον απαρτίζουν και προβαίνει σε τροποποιήσεις καθώς η επιχειρηματική ιδέα ωριμάζει είτε στο εργαστήριο ή στη πιλοτική της εφαρμογή. Στο τέλος, και εφόσον εκτιμηθεί ότι το business model παράγει θετικό αποτέλεσμα (δηλ μια βιώσιμη επιχείρηση) αξιοποιείται το υλικό και εμπειρία που θα προκύψει στην ανάπτυξη ενός πλήρους και λεπτομερούς business plan.

Για να διαμορφώσετε το επιχειρηματικό σας μοντέλο, απαντήστε στις ερωτήσεις που ακολουθούν ανά ενότητα του καμβά.

A. INFRASTRUCTURE (ΥΠΟΔΟΜΗ)

1. Key Partners (Κυριότερες συνεργασίες)

Ποιοι συνεργάτες και προμηθευτές ασκούν κύρια επιρροή στο επιχειρηματικό σας σχέδιο;
Ποιους κύριους πόρους αποκτούμε από συνεργάτες;
Ποιες δραστηριότητες πραγματοποιούνται από συνεργάτες;

Ενδεικτικά κίνητρα για συνεργασίες:

Βελτιστοποίηση και εξοικονόμηση πόρων
Μείωση του ρίσκου και της αβεβαιότητας
Απόκτηση ιδιαίτερων πόρων και δραστηριοτήτων

2. Key Activities (Κυριότερες δραστηριότητες)

Ποιες δραστηριότητες και πότε πρέπει να εκτελέσετε πολύ καλά το επιχειρηματικό σας σχέδιο;
Ποια είναι τα εναλλακτικά σας πλάνα ενεργειών?

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

Παραγωγή
Συνεργασίες
Πλατφόρμα/ δίκτυο

3. Key Resources (Κυριότερα μέσα)

Ποιοι πόροι είναι κυρίως απαραίτητοι για τη δημιουργία της παρεχόμενης αξίας προς τους πελάτες;
Ποιοι πόροι είναι απαραίτητοι για τη βιωσιμότητα της επιχείρησής;

Ενδεικτικοί πόροι:

Φυσικοί
Άυλοι (πατέντες, πνευματικά δικαιώματα, επωνυμία)
Ανθρώπινο δυναμικό
Χρηματικοί

B. VALUE PROPOSTION (Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ)

Τι αξία παρέχετε στους πελάτες σας;
Ποια προβλήματα τους βοηθάτε να αντιμετωπίσουν;
Ποιο είναι το σύνολο το προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχετε στους πελάτες σας;
Ποιες ανάγκες των πελατών σας ικανοποιείτε;
Πως διαφοροποιείστε από τον ανταγωνισμό?

Ενδεικτική παρεχόμενη αξία στο πελάτη:

Οικονομικής φύσης – πχ χαμηλή τιμή, χαμηλό κόστος λειτουργίας
Ποιοτικής φύσης -- ασφάλεια, εργονομία, διασκέδαση, status. κλπ

Γ. CUSTOMER (ΠΕΛΑΤΕΙΑ)

1. Customer segments (Τμήματα της αγοράς).

Για ποιους δημιουργείτε αξία;
Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες σας;

Ενδεικτική πελατειακή επικέντρωση:

Μαζική αγορά -- mass
Μικρή (εξειδικευμένη) αγορά - nich
Ένα κομμάτι της αγοράς -- segmented
Διάφορα κομμάτια της αγοράς -- diversified

2. Channels (Κανάλια διανομής).

Μέσω ποιών καναλιών θα προσεγγίσετε τη πελατεία σας;
Πως αξιοποιείτε τα κανάλια διανομής με την καθημερινότητα των πελατών σας;
Ποια κανάλια είναι αποτελεσματικότερα σε συνάρτηση με το κόστους τους;

Ενδεικτικά, τα κανάλια αξιοποιούνται:

Για να γίνετε γνωστοί
Για να αξιολογήσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες σας
Για να αγοράσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες σας
Για να αποστείλετε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας
Για να εξυπηρετήσετε το πελάτη μετά τη πώληση

3. Customer relationships (Σχέσεις με τους πελάτες)

Τι σχέσεις δημιουργείτε με κάθε τμήμα της αγοράς σας (προσωπική, self service, αυτοματοποιημένη);
Πως ενοποιούνται με το υπόλοιπο επιχειρηματικό σχέδιο;
Πόσο κοστίζουν;

Δ. PROFIT EQUATION (ΚΕΡΛΟΦΟΡΙΑ)

1. Revenue Streams (Ροές εσόδων)

Από πού προέρχονται τα έσοδά σας;
Ποια τιμή είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας;
Τι πληρώνουν τώρα;
Πώς πληρώνουν τώρα;
Πως θα προτιμούσαν να πλήρωναν;
Ποια είναι η συμβολή κάθε ροής εσόδων στα συνολικά έσοδα της επιχείρησης;
Τα έσοδα σας προέρχονται μέσω κλασσικών πωλήσεων ή είναι επαναλαμβανόμενα;

Ενδεικτικοί τύποι εσόδων:

Πώληση περιουσιακών στοιχείων
Τέλος χρήσης
Συνδρομή
Ενοικίαση
Αδειοδότηση
Μεσιτεία
Διαφήμιση

Σταθερή τιμολόγηση:

Τιμοκατάλογος
Εξαρτώμενη από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος
Εξαρτώμενη από το τμήμα της αγοράς που απευθύνεται
Εξαρτώμενη από τον όγκο των συναλλαγών

Δυναμική τιμολόγηση:

Στη βάση διαπραγμάτευσης
Χρονικά μεταβαλλόμενος τιμοκατάλογος

9. Cost structure (Διάρθρωση του κόστους)

Ποια είναι τα κυριότερα κόστη του επιχειρηματικού σας σχεδίου;
Ποιοι είναι οι ακριβότεροι πόροι του επιχειρηματικού σας σχεδίου;
Ποιες είναι οι ακριβότερες κύριες δραστηριότητες;

Αν η Επιχείρησή σας οδηγείται κυρίως:

από το κόστος τότε: δώστε έμφαση στην ελαχιστοποίηση του κόστους, στο μικρό λόγος τιμής και χρησιμότητας, στη μεγιστοποίηση των αυτοματισμών, και στην εκτεταμένη ανάθεση εργασιών σε τρίτους

από την αξία τότε: δώστε έμφαση στη δημιουργία αξίας, παροχή προϊόντων

χρησιμότητας).

Ορισμένα χαρακτηριστικά για τα είδη του κόστους:

Σταθερά κόστη (μισθοί, ενοίκια, αναλώσιμα)

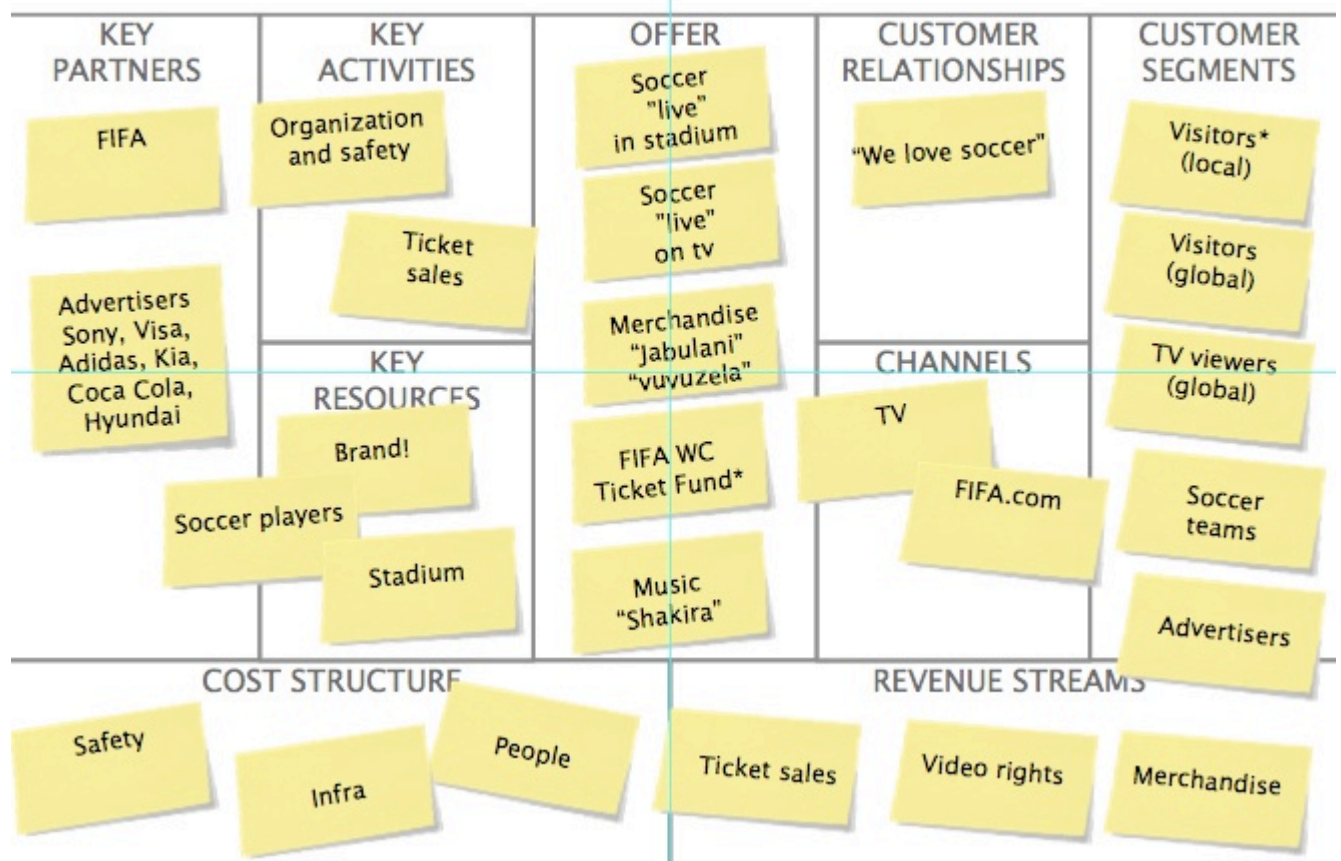
Μεταβλητά κόστη

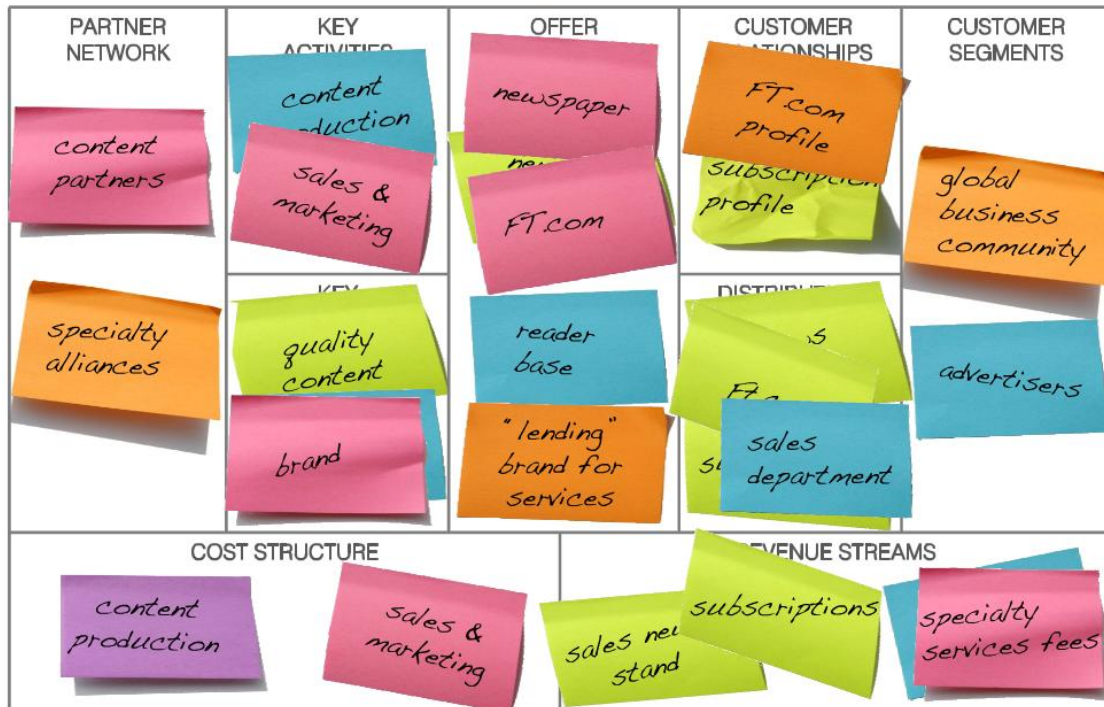
Οικονομίες κλίμακας

Οικονομίες από συναφή πακέτα προϊόντων/υπηρεσιών

Ε. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Soccer WC 2010





LinkedIn – World's Largest Professional Network

