

BUSINESS MODEL CANVAS WORKSHOP



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ

Μέρος 2

Αθήνα 12 Μαρτίου 2019

To Business Model Canvas της

Top Melibee



Virtual Business Plan - www.kemel.gr

Στο παράδειγμα θα αναφερθούμε, στο πως προσεγγίζεται μια φαινομενικά κορεσμένη αγορά με προβληματικά χαρακτηριστικά όπως:

- 23000 Μελισσοκόμους με 14000 τόνους παραγωγή,
- Εισαγωγές χαμηλής ποιότητας και κόστους από ΕΕ (βλέπε... Βουλγαρία),
- Ελάχιστη διαφήμιση από τα μεγάλα brands,
- Προωθητικές προσφορές και μάχη τιμών στα ράφια (από 6-18 Ε/kg),
- Πωλήσεις σχεδόν παντού (Σ/Μ, μανάβικα, λαϊκές, βιολογικά, e-shops κλπ.)
- Εξαγωγές κυρίως χύμα ποιοτικού μελιού για ανάμιξη
- Χωρίς κλαδική διαφήμιση και επιστημονική υποστήριξη

Στη συνέχεια θα δούμε πως μπορεί να διαφοροποιηθεί στην αγορά μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση, χρησιμοποιώντας την πελατοκεντρική λογική του μοντέλου SAVE, όπως αυτή αποτυπώνεται στην περιοχή του Business Model Canvas που αφορά στο Marketing.

Η διαδικασία είναι απλή αρκεί κάποιος να σκεφθεί δημιουργικά και να εφαρμόσει την εξίσωση των πωλήσεων

Sale = (Performance + Emotion)/Price

και την «συνταγή» της αποτελεσματικής επικοινωνίας που ενυπάρχει στο μοντέλο SAVE (Solution, Access, Value, Engagement) και είναι:

- **Know your prime prospect**
- **Know your Prime Prospects problems**
- **Position your brand as a solution to a problem**
- **Communicate effectively**

(Πηγή: BBDO Discipline)

Top MeliBee και καινοτομία

Οι καινοτόμες λύσεις που θα προσθέσουν αξία στην πρόταση της Top MeliBee προς τους πελάτες της είναι:

1. Η «ονομαστική» ετικέτα (laser printed) για Ξενοδοχεία,
2. Η προσωπική εκτύπωση ετικέτας για δώρο ή ιδιοκατανάλωση,
3. Η προσωποποιημένες δημιουργικές συσκευασίες για γάμους και βαφτίσια,
4. Η πρόταση επαναληπτικής αγοράς σε τουρίστες μέσω QR Code στην ετικέτα και παραπομπή σε e-shop.
5. Η προσέγγιση και δημιουργία σχέσεων με τους πελάτες με χρήση εργαλείων CRM /RFM/ LTV analysis, σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής τους.
6. Η χρήση Internet Marketing στον συγκεκριμένο κλάδο.

<p>Key Partners</p> <p>Προμηθευτές ειδών μελισσοκομίας και συσκευασίας.</p> <p>Ιδιοκτήτες Ξενοδοχειακών Μονάδων και εταιρειών οργάνωσης γάμων/βαπτίσεων.</p> <p>E-shop company.</p> <p>IT & Internet providers</p> <p>Package Designers/suppliers</p>	<p>Key Activities</p> <p>Παραγωγή, συσκευασία, διανομή, personal labeling, διαχείριση πελατειακών σχέσεων, concept testing</p>	<p>Value Proposition</p> <p>Αξέχαστες στιγμές για πελάτες Ξενοδοχείων και ζευγάρια που παντρεύονται ή βαπτίζουν.</p> <p>Μοναδική ποιότητα και γεύση σε «προσωπική» συσκευασία.</p> <p>Απόλαυση και ευεργετική δράση στον οργανισμό.</p> <p>Έρχεται εκεί που βρίσκεσαι ανέξοδα.</p>	<p>Customer Relationship</p> <p>Τεχνικές CRM στη βάση κύκλου ζωής των πελατών. Προσωπική έξυπνη μέση μέσω Telemarketing & Internet.</p> <p>Marketing Channels</p> <p>Mail/e-mail marketing</p> <p>Telesales, Mobile Marketing, email, newsletters, Social Media, Home delivery.</p> <p>QR Code e-shopping. Web Marketing.</p>	<p>Customer Segments</p> <p>Καταναλωτές μελιού & συναφών προϊόντων:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Πελάτες επιλεγμένων Ξενοδοχειακών Μονάδων. 2. Κάτοικοι Ανατολικών Προαστίων. 3. Νέα ζευγάρια, πελάτες εταιρειών υπηρεσιών γάμου/βάπτισης . 4. E-Shoppers παραδοσιακών τροφίμων
--	---	---	---	---

Cost Structure

Πάγια στοιχεία, έξοδα λειτουργίας και marketing, μισθοί/αμοιβές, αναλώσιμα υλικά παραγωγής, συντήρηση, ασφάλιση, λοιπές δαπάνες

Revenue Streams

Έσοδα πωλήσεων μελιού και λοιπών προϊόντων (βασ. πολτός, γύρη κλπ.)

Έσοδα από πιθανή επέκταση σε συσκευασία προϊόντων άλλων παραγωγών.



The Airbnb Business Model Canvas



Η Airbnb είναι ουσιαστικά ιστοσελίδα καταχώρησης, εύρεσης και ενοικίασης καταλυμάτων.

Τεχνικά είναι μια αμφίπλευρη πλατφόρμα ηλεκτρονικής αγοράς (two sided peer-to-peer market place platform) που συνδέει τους ταξιδιώτες με τους τοπικούς οικοδεσπότες.

Από τη μία πλευρά, η πλατφόρμα επιτρέπει στους συμμετέχοντες οικοδεσπότες (Hosts) να καταγράψουν τον διαθέσιμο χώρο τους και να κερδίζουν επιπλέον έσοδα υπό μορφή ενοικίου.

Από την άλλη πλευρά επιτρέπει στους ταξιδιώτες (Guests) να κάνουν κράτηση για μοναδικές διακοπές στα καταλύματα των hosts, εξοικονομώντας χρήματα και αλληλεπιδρώντας με τους ντόπιους

Η πλατφόρμα επιτρέπει στον επισκέπτη να κάνει κράτηση και πληρωμή online, στους οικοδεσπότες την αμειβόμενη φιλοξενία και στην Airbnb να χρεώνει προμήθεια από κάθε συναλλαγή

Το μοντέλο peer-to-peer αντανakλά μεν την παραδοσιακή σχέση προμηθευτή-πελάτη αλλά όχι μόνο επιτρέποντας στους πελάτες (Guests) να ελέγχουν τους προμηθευτές (Hosts) αλλά και το αντίθετο.

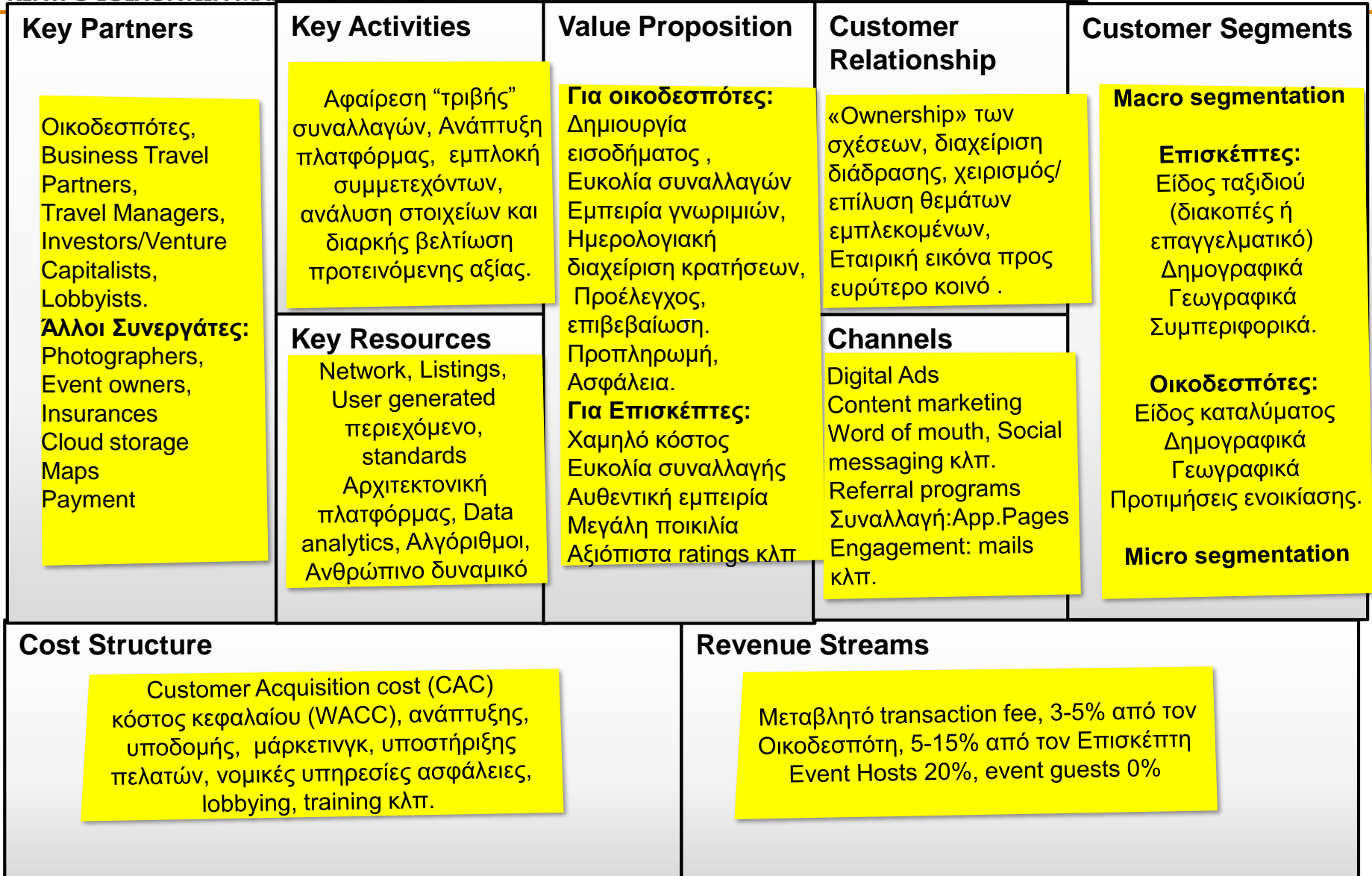
Οι πελάτες πρέπει τώρα να «πουλήσουν τον εαυτό τους» στους προμηθευτές.. Η σχέση εξουσίας έχει αλλάξει.

Το όραμα της Airbnb

Η Airbnb συνδέει ταξιδιώτες που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες με οικοδεσπότες που προσφέρουν μοναδικά καταλύματα που «εμπνέουν».

Η μοναδικότητα της Airbnb

Μοναδικά καταλύματα..... μοναδικές εμπειρίες.... οικονομικά & ποιοτικά.
ταξίδια σε 191 χώρες στον κόσμο..... πάνω από 34000 πόλεις..... πάνω
από 1 εκ. κατοικίες..... πάνω από 60εκ. ταξιδιώτες.... μοναδικές
υπηρεσίες όπως δωρεάν εγγραφή, ασφάλεια πληρωμών, υπηρεσία
πελατών 24/7, αξιολογήσεις χρηστώνασφαλιστική κάλυψη.....
μοναδικά προνόμια.... παροχή προτύπων φιλοξενίαςακόμη και
inspectors καθαριότητας.







Εργαστήριο

Ασκήσεις



- Οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε ομάδες
- Σκοπός των ασκήσεων είναι κάθε ομάδα να ετοιμάσει τον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas) της επιχείρησης που έχει προταθεί
- Κάθε ομάδα θα επιλέξει στην αρχή τον συντονιστή που θα φροντίσει να συμπληρωθεί το BMC μέσα στον χρόνο που έχει διατεθεί
- Τα συμπληρωμένα BMC's θα αναρτηθούν και θα επιλεγεί ένα που θα θεωρηθεί πληρέστερο
- Το επιλεγμένο BMC θα φωτογραφηθεί και ο συντονιστής μαζί με μέλη της ομάδας θα παρουσιάσουν το περιεχόμενο του καμβά στο ακροατήριο

Κατάστημα Λιανικής Πώλησης

- Σας ζητήθηκε βοήθεια από παραδοσιακή οικογενειακή επιχείρηση πώλησης μπαχαρικών και αρωματικών φυτών στο εμπορικό Τρίγωνο της Αθήνας.
- Ο ιδιοκτήτης θέλει να διευρύνει την εμπορική της δραστηριότητα δεδομένου ότι αντιμετωπίζει προβλήματα μείωσης τζίρου, λόγω έντονου ανταγωνισμού και μείωσης της επισκεψιμότητας για αγορές στο κέντρο της Αθήνας.
- Παράλληλα τα παιδιά του έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους και όλοι μαζί συμφώνησαν πως θα πρέπει να «εκσυγχρονίσουν» την επιχείρηση.
- Έχουν επίσης διαπιστώσει ότι κάποιοι ανταγωνιστές τους, πέρα από την επέκταση σε νέα προϊόντα (υπερτροφές, τσάι, όσπρια, λάδια, μέλι κλπ.), επέκτειναν και την προσβασιμότητα σε νέους και υπάρχοντες πελάτες μέσω του διαδικτύου.
- Απευθύνθηκαν λοιπόν στο πρόγραμμα Early Warning για βοήθεια, και σας ανατέθηκε το mentoring.

Workshop

Δημιουργία Business Model Canvas για υποθετική παραδοσιακή επιχείρηση στο Εμπορικό Τρίγωνο της Αθήνας που αντιμετωπίζει πρόβλημα μελλοντικής βιωσιμότητας.

- ❖ **Μοιράζονται** τα κενά BMC Templates/questions σε ομάδες ανά 10 μαζί με οδηγίες για την δημιουργία του καμβά
- ❖ **Εξηγούνται** οι όποιες απορίες/διευκρινίσεις.
- ❖ **Εργάζονται** μέσα στην επόμενη ώρα τα μέλη κάθε ομάδας συλλογικά και δημιουργούν ένα προτεινόμενο Business Model Canvas.
- ❖ **Φωτογραφίζονται** και φωτοτυπούνται τα ενδεικτικά BMC's.
- ❖ **Προβάλλεται** και παρουσιάζεται ο επιλεγμένος καμβάς στην οθόνη από τα μέλη της ομάδας με συντονισμό από το επιλεγμένο μέλος
- ❖ **Ακολουθεί συζήτηση/διάλογος/συμπεράσματα**

Το ζητούμενο:

- Συμπληρώστε και παρουσιάστε ένα ενδεικτικό Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου μιας σύγχρονης επιχείρησης εμπορίας μπαχαρικών, αρωματικών και συναφών προϊόντων, που θα υπόσχεται ανάπτυξη μέσω προσέλκυσης, απόκτησης διατήρησης και αύξησης των πελατών της.
- Ας το ονομάσουμε Herbs & Spices Shop
- Αναφέρετε και κάποια παραδείγματα ενδεικτικών ενεργειών προώθησης πωλήσεων, ενδεικτικά της προτεινόμενης λογικής και στρατηγικής του προτεινόμενου Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Ενδεικτικό Business Model Canvas Telemarketing S.A.

Business Model Canvas

TELEMARKETING SA

<p>Key Partners</p> <p>Επιλεγμένοι προμηθευτές, κυρίως από Ευρώπη/Αμερική. Τηλεοπτικά κανάλια. Εταιρείες Courier Services. Teleresponse Call Center / Logistics Plus. Εταιρείες παραγωγής TV commercials. Γραφικές τέχνες. Τυπογράφοι.</p>	<p>Key Activities</p> <p>Επιλογή/αγορά προϊόντων Προώθηση, Database mktg, διαφήμιση. Διεκπεραίωση. Pretesting, RFM. E-shopping, eCRM Logistics, MIS.</p>	<p>Value Proposition</p> <p>Αξιόπιστες, οικονομικές έξυπνες λύσεις και επιλογές στην πόρτα σας, με όποια μέθοδο αγοράς σας εξυπηρετεί καλύτερα. Άμεση επιστροφή χρημάτων σε περίπτωση αλλαγής για οποιοδήποτε λόγο</p>	<p>Customer Relationship</p> <p>Εξειδικευμένες τεχνικές προσέγγισης, προσέλκυσης, εξυπηρέτησης, ενημέρωσης και πιστότητας</p>	<p>Customer Segments</p> <p><u>Πρωταρχικό κοινό:</u> 25+, Μέση τάξη. <u>Καταστήματα</u> (Αθήνα, Μ Πόλεις) <u>Κατάλογοι</u> (Επαρχία, Νησιά) <u>E-Commerce</u> (νέες ηλικίες) <u>Πελάτες TV</u> (Γενικό κοινό, μεγαλύτεροι). <u>Τηλεφωνικές Πωλήσεις</u>(Γυναίκες/Μέση τάξη). <u>Μικτοί πελάτες</u></p>
<p>Cost Structure</p> <p>Κύριες δαπάνες είναι η αγορά προϊόντων, έξοδα marketing και διαφήμισης, έξοδα προσωπικού και δαπάνες αποστολής προς πελάτες.</p>		<p>Revenue Streams</p> <p>Έσοδα κατά σειρά σημαντικότητας: καταστήματα, πωλήσεις μέσω τηλεόρασης, E-commerce, κατάλογοι και τηλεφωνικές πωλήσεις.</p>		

**Θα βρείτε την παρουσίαση αυτή στην
διεύθυνση**

www.kemel.gr/node/4120