










# Business Model Canvas

<b>STRATEGISCHE PARTNERS</b>  Met welke partners en leveranciers werken wij samen?	<b>KERNACTIVITEITEN</b>  Welke activiteiten zijn minimaal nodig om onze waardeproposities aan de verschillende klantgroepen aan te kunnen bieden?	<b>WAARDEPROPOSITIE</b>  Welke waardeproducten of diensten bieden wij de verschillende klantgroepen? Welke problemen lossen wij op?	<b>KLANTRELATIES</b>  Wat is de aard van de relatie die wij met de verschillende klantgroepen hebben?	<b>KLANTGROEPEN</b>  Wat zijn onze belangrijkste klantgroepen? Voor wie creëren wij waarde?
	<b>MENSEN &amp; MIDDELEN</b>  Welke mensen & middelen zijn essentieel om onze waardepropositie(s) aan te kunnen bieden?		<b>KANALEN</b>  Welke communicatiemiddelen en distributiekanaalen gebruiken wij om onze klantgroepen te bedienen?	
<b>KOSTENSTRUCTUUR</b>  Welke kosten maken wij om de waardepropositie(s) aan de klant te kunnen leveren?			<b>INKOMSTENSTROMEN</b>  Op welke wijze leveren wij de verschillende klantgroepen een bijdrage? De bijdrage kan zowel in geld (in cash) zijn als in middelen (in-kind).	

# Business Model Canvas

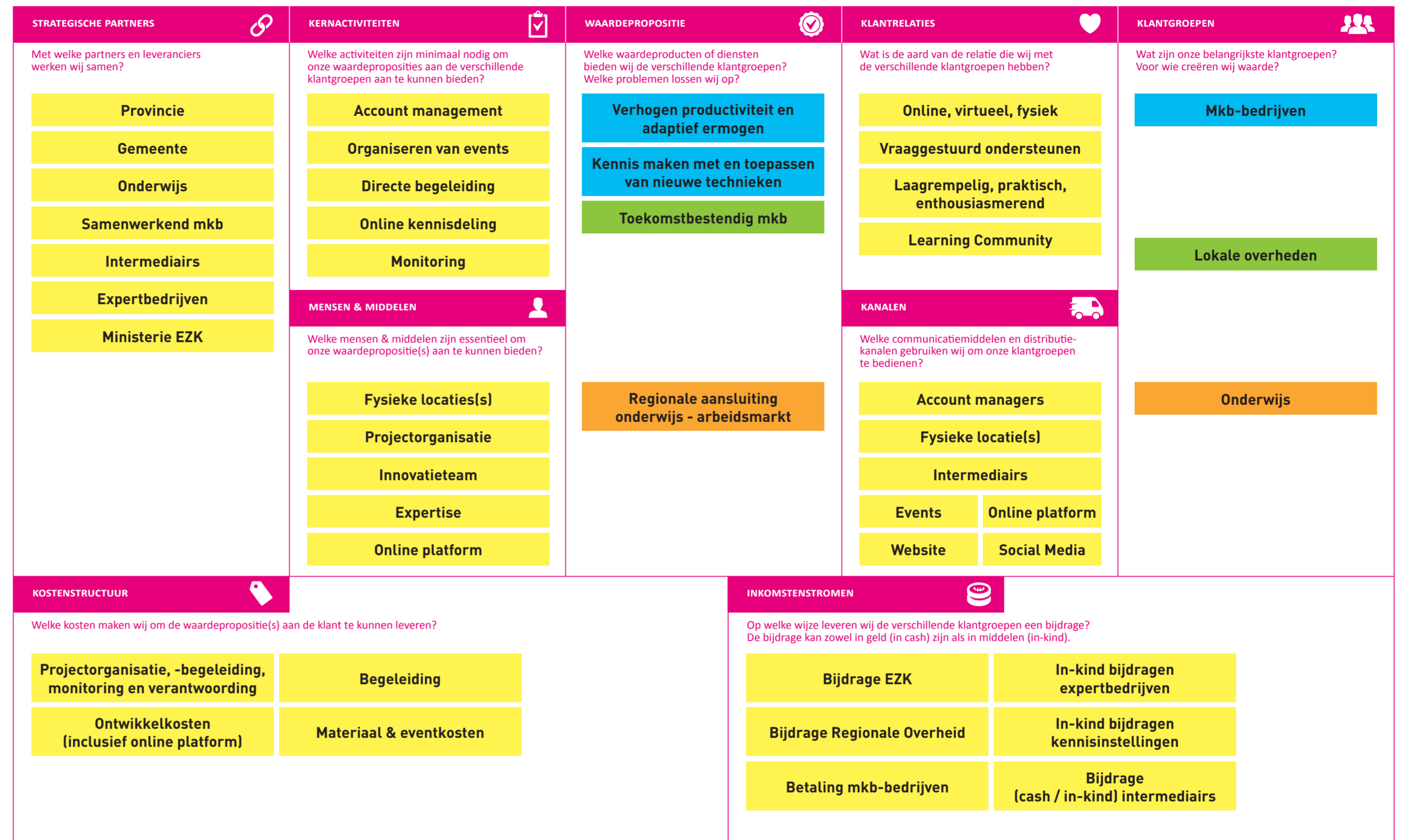
Het Business Model Canvas wordt vaak gebruikt om nieuwe business modellen te ontwikkelen. Maar kan ook worden gebruikt als een waardecreatiemodel waarmee je zichtbaar maakt hoe je als organisatie (maar ook als samenwerkingsverband) waarde creëert, levert en behoudt. In een snel veranderende wereld is het invullen van het Business Model Canvas een goed alternatief voor het opstellen van een statisch plan van aanpak. In negen bouwstenen achterhaal je de aannames die je doet over hoe je als samenwerkingsverband denkt waarde te kunnen toevoegen. Deze aannames kun je vervolgens toetsen met potentiële partners, klanten en de andere betrokkenen.

## Een voorbeeld van een ingevuld Business Model Canvas voor een Digitale Werkplaats

Ter inspiratie hebben wij een Business Model Canvas uitgewerkt voor een regionale samenwerking tussen onderwijs, bedrijfsleven en overheid die samen een Digitale Werkplaats hebben ingericht die er op gericht is om mkb-ondernemers uit de regio te helpen bij digitalisering.

De klanten zijn mkb-ondernemers, onderwijsinstellingen en regionale overheden. De mkb-bedrijven maken kennis met digitale oplossingen en krijgen hulp bij het implementeren van studenten. Dit zal moeten leiden tot een verhoogde wendbaarheid, maar vooral ook productiviteit van deze bedrijven. De lokale overheden werken hiermee aan een toekomstbestendig regionaal mkb, terwijl de onderwijs- en kennisinstellingen werken aan een betere verbinding met het lokale bedrijfsleven. Zowel vanuit onderwijs als onderzoeksperspectief.

# Business Model Canvas



## Een aantal opvallende kenmerken van een Digitale Werkplaats in de canvas:

- De activiteiten van de werkplaats worden structureel door de partners onder de aandacht gebracht bij doelgroepen in het mkb. Bijvoorbeeld door middel van (het aanhaken op) regionale **events** zoals een dataweek of evenementen van samenwerkingen van mkb-ondernemers.
- Bij het benaderen van deze ondernemers wordt gebruik gemaakt van het 'warme netwerk' en de **accountmanagers** van diverse **regionale intermediairs en samenwerkingen van mkb-ondernemers**. Denk hierbij aan banken, branche-organisaties en ondernemersverenigingen (zoals banken, bedrijvenverenigingen e.d.).
- Er is sprake van een **learning community**. Bijvoorbeeld door met tranches van bedrijven terugkomdagen te organiseren waar men van elkaar kan leren. Of door expertbedrijven (zoals grote ICT-dienstverleners) met enige regelmaat mee te laten denken over de aanpak in de werkplaats en de oplossingen die worden ontwikkeld voor het mkb.

- De werkplaats heeft zowel een **online** als **offline** component. Er is een **fysieke uitvoeringslocatie** waar ondernemers terecht kunnen, naast een **website** waar bedrijven vraagstukken kunnen neerleggen.
- De samenwerking wordt door een **projectteam** aangejaagd. Belangrijke activiteiten zijn het werven van nieuwe mkb'ers (accountmanagement), organiseren van events, begeleiding van studenten in de klantgesprekken en het faciliteren van **online kennisdeling**.
- Er vindt **onderzoek** en **monitoring** plaats op de effectiviteit van de werkplaats en de samenwerking.
- Financiering van deze samenwerking komt tot stand door een combinatie van de **financiering van EZK, in-kind bijdragen van expertbedrijven en financiële bijdragen van lokale overheden, intermediairs** en mogelijk een **bijdrage van de mkb-ondernemers**. Met de **inkomsten** die binnenkomen is het mogelijk om de kosten van de projectorganisatie, organisatie van events, ontwikkelkosten en inhoudelijke begeleiding te dekken.