GTL Project

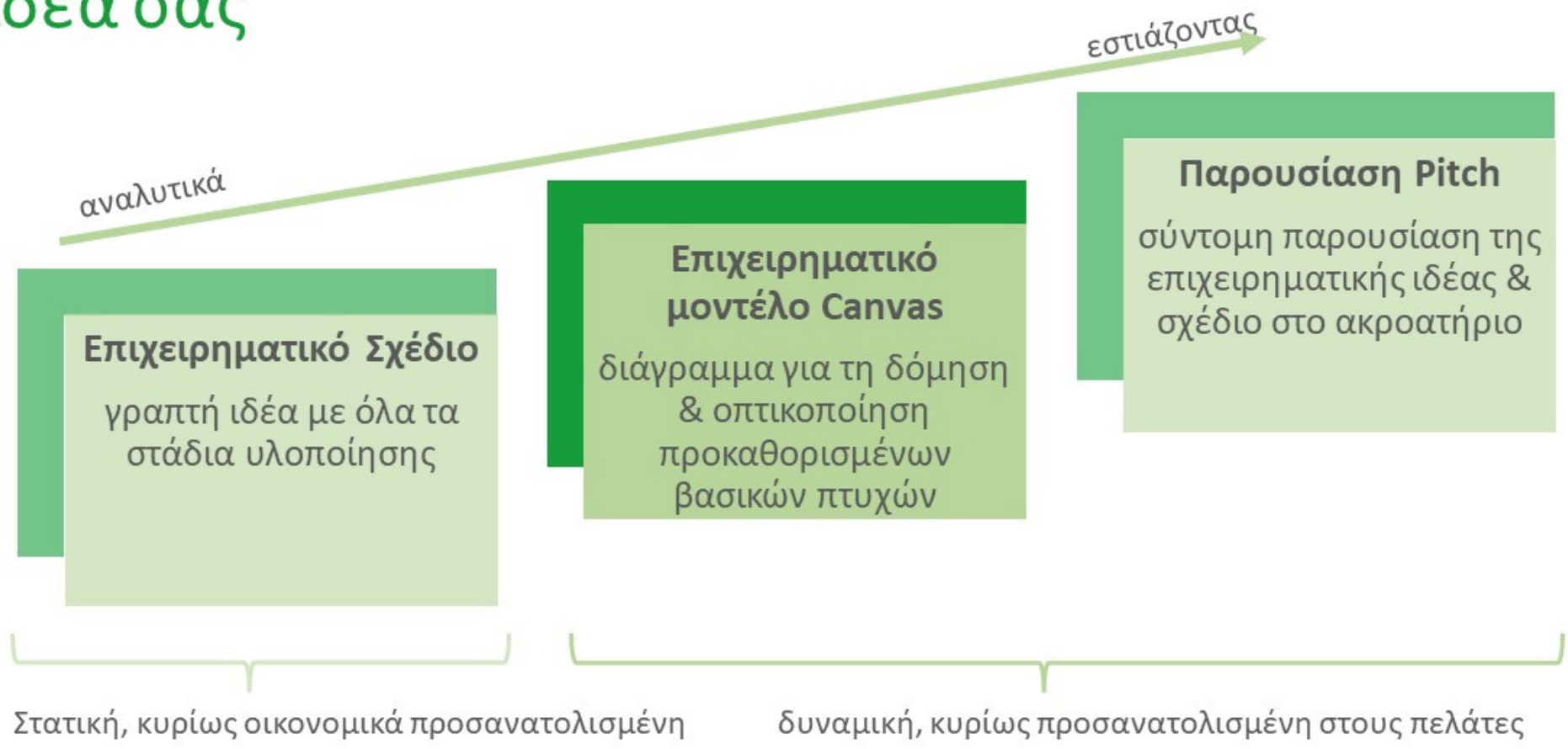
GreenTecLab

Επιχειρηματικό Μοντέλο "Canvas" (BMC)

Μια μέθοδος για τη δόμηση και την περαιτέρω ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών

3 Κλασικές μέθοδοι για την ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας

3 διαφορετικές επιλογές για να παρουσιάσετε την ιδέα σας



BMC - Διάρθρωση επιχειρηματικής ιδέας

Το **BMC** αναπτύχθηκε το **2008** από τον Ελβετό επιχειρηματία **Alexander Osterwalder** και σήμερα είναι αδύνατο να φανταστεί κανείς τον τομέα των νεοφυών επιχειρήσεων χωρίς αυτό.

Το **BMC** μπαίνει στο παιχνίδι όταν έχετε ήδη μια επιχειρηματική ιδέα, η οποία όμως δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί πλήρως. Σας βοηθά να ταξινομήσετε τις σκέψεις σας και να κάνετε την ιδέα περιεκτική για τους άλλους.

Το **BMC** βασίζεται σε μια προκαθορισμένη δομή με συγκεκριμένες ερωτήσεις που καθοδηγούν τη διαδικασία:
Το μεγάλο πλεονέκτημα του **BMC** είναι ότι βοηθά να παρουσιάσετε την ιδέα σας σε ένα μόνο φύλλο.

Ανατομία του BMC

Το **BMC** αποτελείται από **9** στοιχεία.
Κάθε ένα από αυτά περιέχει βασικές ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν για να αποκτήσετε μια πλήρη εικόνα της επιχειρηματικής ιδέας και του σταδίου ανάπτυξής της.

Τμήμα πελατών

Προσφορά αξίας

Κανάλια

Σχέση με τους πελάτες

Ροές εσόδων

Βασικές Πηγές

Βασικές Δραστηριότητες

Βασικοί εταίροι

Διάρθρωση κόστους

BMC - Διάρθρωση επιχειρηματικής ιδέας

<table>
<tr><td>GreenTecLab</td><td>Όνομα:</td><td>Επιχειρηματική Ιδέα:</td><td>Ημερομηνία:</td><td>Έκδοση:</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Βασικός εταίρος

• Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι εταίροι μας;
• Ποιοι είναι οι βασικοί προμηθευτές μας;
• Ποιους βασικούς πόρους αποκτούμε από συνεργάτες μας;</td><td>Βασικές Δραστηριότητες

• Ποιες βασικές δραστηριότητες απαιτούνται για την υπόσχεση του χρήστη μας;
• Τα κανάλια διανομής μας, οι σχέσεις με τους πελάτες, οι ροές εσόδων;</td><td rowspan="2">Πρόταση αξίας

• Ποιο είναι το όφελος που προσφέρουμε στον πελάτη;
• Ποιο πρόβλημα του πελάτη επιλύουμε;
• Ποιες ανάγκες του πελάτη ικανοποιούνται;

Χαρακτηριστικά:
Καινοτομία, επιδόσεις, προσαρμογή, προσβασιμότητα.</td><td rowspan="2">Σχέση με τους πελάτες

• Τι είδους σχέση περιμένει ο πελάτης μας να χτίσουμε και να διατηρήσουμε;
• Ποιες από αυτές έχουμε ήδη δημιουργήσει;
• Πόσο δαπανηρές είναι;</td><td rowspan="2">Τμήμα πελατών

• Για ποιον παράγεται προστιθέμενη αξία;
• Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες;
• Είναι η πελατειακή μας βάση μια μαζική αγορά ή μια εξειδικευμένη αγορά;</td></tr>
<tr><td>Βασικές πηγές

• Ποιές βασικές πηγές απαιτούνται;
• Τα κανάλια διανομής μας, οι σχέσεις με τους πελάτες, οι ροές εσόδων;

Πηγές:
Σωματικά, ψυχικά, οικονομικά</td></tr>
<tr><td colspan="2">Δομή κόστους

• Ποια είναι τα σημαντικότερα κόστη στο επιχειρηματικό μοντέλο;
• Ποιοι βασικοί πόροι/δραστηριότητες είναι οι πιο ακριβοί;</td><td colspan="3">Ροές εσόδων

• Τι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες;
• Για τι πληρώνουν σήμερα;
• Πώς πληρώνουν σήμερα; Πώς θα προτιμούσαν να πληρώνουν;
• Πόσο συμβάλλει κάθε πηγή εσόδων στα συνολικά έσοδα;</td></tr>
</table>

Inspired by: The Business Model Foundry (www.businessmodelgeneration.com/canvas).
Word implementation by: Neos Chronos Limited (https://neoschronos.com). License: CC BY-SA 3.0

Πλεονεκτήματα χρήσης του BMC

Απλή δομή, άτομα αλλά και ομάδες μπορούν να γρήγορα να εργαστούν παραγωγικά με το BMC.

Το συγκεκριμένο πρότυπο αναγκάζει να περιοριστεί κανείς στις πιο σημαντικές πληροφορίες και να τις διατυπώσει με ακρίβεια.

Το επιχειρηματικό μοντέλο απεικονίζεται σε μία σελίδα.

Οι εξαρτήσεις στο επιχειρηματικό μοντέλο γίνονται ορατές.

Τα μέλη της ομάδας, καθώς και τα εξωτερικά μέρη (π.χ. πιστωτές) κατανοούν τη σημασία των επιμέρους στοιχείων του επιχειρηματικού μοντέλου.

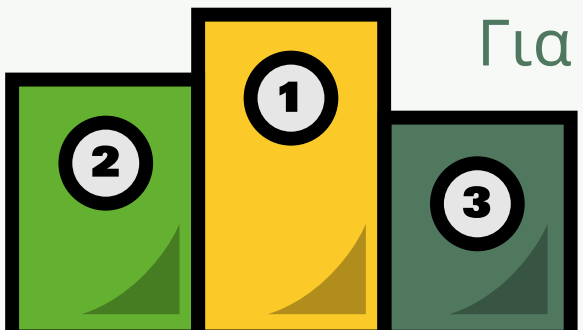
Συμβουλές για εργασία με BMC

Ξεκινήστε σκεπτόμενοι την αποστολή σας
- Πρέπει πάντα να έχετε στο μυαλό σας τον στόχο.

Σκεφτείτε πελατοκεντρικά από την αρχή και να εστιάζετε πρώτα στον πελάτη και στην πρόταση αξίας.

Να είστε όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένοι.
Αν θέλετε να αποδείξετε ότι το προϊόν/υπηρεσία σας είναι ιδιαίτερης ποιότητας, ξεκαθαρίστε πώς θα το πετύχετε αυτό και αν το πιθανόν υψηλότερο κόστος αντισταθμίζεται από μια αντίστοιχη προθυμία πληρωμής.

Εστίαση σε στρατηγικούς παράγοντες και αποφύγετε την πληρότητα.
Για το κόστος, αναφέρετε μόνο τους 3 πιο σημαντικούς παράγοντες.



GTL BMC - Το βιώσιμο BMC

Ίσως έχετε παρατηρήσει ότι στο κλασικό επιχειρηματικό μοντέλο **"Canvas"** λείπει η αναφορά στις βιώσιμες καινοτομίες προϊόντων.

Για αυτό το λόγο, το **GTL** έχει αναπτίξει ένα εκτεταμένο **BMC** - το ”**GreenTecLab Sustainable Business Model Canvas**”

Το **GTL SBMC** σας ενθαρρύνει να σκεφτείτε όλες τις πτυχές που σχετίζονται με τον ολιστικό σχεδιασμό του επιχειρηματικού μοντέλου.

Οι επιπτώσεις στη βιωσιμότητα μπορούν να μεγιστοποιηθούν από την αρχή και να συμβάλουν σε βιώσιμα και καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα.

Πώς μοιάζει το GTL SBMC;

Εκτεταμένη εκδοχή με 13 βασικά στοιχεία και καθοδηγητικές ερωτήσεις

Συμπληρωματικές πτυχές

- Βιώσιμη αποστολή και όραμα (οικονομικοί, περιβαλλοντικοί, κοινωνικοί στόχοι βιωσιμότητας- αρχές βιωσιμότητας)
- Εκτεταμένος κύκλος ζωής προϊόντων (π.χ. μέσω ανακύκλωσης, επαναχρησιμοποίησης, ενοικίασης αντί ιδιοκτησίας)
- Οικολογικά-κοινωνικά οφέλη (πλεονεκτήματα που επιτυγχάνονται μέσω των αρχών της αειφορίας)
- Οικολογικό-κοινωνικό κόστος (προκαλούμενο κόστος, ελαχιστοποίηση περιβαλλοντικά κρίσιμων παραγόντων παραγωγής)

Πώς μοιάζει το GTL SBMC;

The GreenTecLab-Sustainable Business Model Canvas

Name:

GreenTecLab

Key Partners

- Ποιους εταίρους/συνεργασίες χρειαζόμαστε για να κάνουμε την προσφορά μας πιο βιώσιμη;
- Ποιοι είναι οι κύριοι προμηθευτές μας;
- Ποιους βασικούς πόρους απαιτούμε από τους εταίρους;
- Ποιες βασικές δραστηριότητες εκτελούν οι εταίροι;

Κίνητρο για συνεργασίες:
- Βελτιστοποίηση και οικονομία
- Μείωση κινδύνου και αβεβαιότητας

Key Activities

- Ποιες βασικές δραστηριότητες απαιτεί η αξιακή μας πρόταση;
- Πώς μπορούμε να τις προσαρμόσουμε/σχεδιάσουμε (π.χ. κατασκευή, παραγωγή) για να διασφαλίσουμε τη βιωσιμότητα;
- Τι ρόλο παίζει η βιωσιμότητα στις βασικές μας δραστηριότητες;
- Ποιοι κίνδυνοι (π.χ. αλλαγή στις νομικές υποχρεώσεις, απώλεια φήμης κτλ.) μπορούν να αποφευχθούν μέσω περισσότερο βιώσιμων δραστηριοτήτων;

Sustainable Value Proposition

- Τι αξία δημιουργούμε και παρέχουμε στον πελάτη μας;
- Μπορούμε να μετατρέψουμε τη βιωσιμότητα σε αξία για τον πελάτη;
- Ποια προβλήματα πελατών λύνουμε;
- Σε ποιες ανάγκες πελατών ανταποκρινόμαστε;
- Μπορούμε να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες των πελατών μας με πιο βιώσιμο τρόπο;
- Πώς συνδέεται η αξιακή μας πρόταση με τη βιωσιμότητα;

Χαρακτηριστικά:
- **Αποδοτικότητα**
- **Διανεμητική δικαιοσύνη**
- **Αρτιότητα**

Sustainable Customer Relation

- Ποιες πελατειακές σχέσεις έχουν ήδη δημιουργηθεί;
- Τι ρόλο παίζει η βιωσιμότητα σε αυτές τις σχέσεις;
- Πώς μπορούμε να βελτιώσουμε και να διευρύνουμε τις πελατειακές μας σχέσεις;
- Πώς ενσωματώνονται στο υπόλοιπο επιχειρηματικό μας μοντέλο;
- Πόσο δαπανηρές είναι;

Responsible Customers

- Για ποιον δημιουργούμε αξίες;
- Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί πελάτες μας;
- Ποια η σημασία της βιωσιμότητας για τους πελάτες μας τώρα /στο μέλλον;
- Πώς μπορούμε να τους δώσουμε κίνητρο, ώστε να δρουν με βιώσιμο τρόπο;
- Ποιοι πελάτες-στόχοι ίσως βοηθήσουν στην προώθηση της βιώσιμης λύσης μας;
- Πώς η ιδέα της βιωσιμότητας μας βοηθάει να αποκτήσουμε καινούργιους πελάτες;

Sustainable Channels

- Μέσω ποιων καναλιών θέλουν να προσεγγιστούν τα τμήματα των πελατών μας;
- Πώς τους προσεγγίζουμε τώρα;
- Πώς μπορούμε κάνουμε τα κανάλια διανομής μας πιο βιώσιμα και κυκλικά;
- Ποια από τα κανάλια διανομής είναι πιο βιώσιμα;
- Πώς επικοινωνούμε τις βιώσιμες πτυχές του προϊόντος/υπηρεσίας μας;

Key Resources

- Ποιους βασικούς πόρους φυσικά, ενεργειακά και τεχνικά χρειαζόμαστε;
- Μπορούμε να αντικαταστήσουμε κάποιον για περισσότερο βιώσιμους πόρους;
- Είναι οι πόροι και οι ικανότητες ήδη διαθέσιμες εντός της ιδρυτικής ομάδας, ώστε να «συναντήσουν» τις καθορισμένες απαιτήσεις της βιωσιμότητας, ή η ομάδα χρειάζεται εξωτερική υποστήριξη;

Extended Product Life Cycle

- Μπορούμε να επεκτείνουμε τον κύκλο ζωής του προϊόντος;
- Μπορεί το προϊόν να ανακυκλωθεί/επαναχρησιμοποιηθεί επικερδώς;
- Είναι απαραίτητη η ιδιοκτησία ή είναι βιώσιμο το προϊόν ως υπηρεσία;
- Τι συμβαίνει στο τέλος του κύκλου ζωής του προϊόντος;

Cost Structure

- Ποιο είναι το μεγαλύτερο κόστος που είναι συνυφασμένο με το επιχειρηματικό μοντέλο μας;
- Ποιοι βασικοί πόροι/δραστηριότητες είναι οι ακριβότερες;
- Ποιοι βασικοί πόροι/δραστηριότητες είναι λιγότερο βιώσιμες;
- Υπάρχουν βιώσιμες εναλλακτικές;
- Είναι η εναλλαγή οικονομικά εύλογη;
- Μπορεί το κόστος να μειωθεί μέσω της εξοικονόμησης πόρων;
- Μπορεί να προκύψει στο μέλλον επιπρόσθετο κόστος, εάν δεν ληφθεί δράση σχετικά με τη βιωσιμότητα;
- Υπάρχουν φορολογικά επιδόματα ή επιδοτήσεις για την επιχειρηματική μας ιδέα;

Revenue Streams

- Ποιες είναι οι υπαρκτές και πιθανές πηγές εσόδων;
- Για πόσο μεγάλη αξία είναι διατεθειμένοι οι πελάτες μας να πληρώσουν;
- Πώς πληρώνουν έως τώρα;
- Ο προσανατολισμός του επιχειρηματικού μοντέλου προς τη βιωσιμότητα επιτρέπει τη βελτίωση της πρόσβασης σε έσοδα;
- Είναι διατεθειμένοι οι πελάτες να πληρώσουν για υψηλής ποιότητας βιωσιμότητα;
- Μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα μοναδικό πλεονέκτημα μέσω των στοιχείων της βιώσιμης πρότασης;
- Υπάρχουν δομές τιμών που δίνουν κίνητρο για βιώσιμη συμπεριφορά των πελατών;

Vision & Mission

- Ποιοι είναι οι οικονομικοί, περιβαλλοντικοί ή κοινωνικοί στόχοι μας για τη βιωσιμότητα;
- Ποιες αρχές της βιωσιμότητας παίζουν ρόλο στην επιχειρηματική μας ιδέα;
- Πώς ακριβώς συνεισφέρουμε στους ευρωπαϊκούς στόχους για το κλίμα;

Eco-Social Costs

- Ποιες είναι οι περιβαλλοντικές ή κοινωνικές επιπτώσεις του επιχειρηματικού μας μοντέλου;
- Εάν οι περιβαλλοντικά κρίσιμοι παράγοντες παραγωγής ανήκουν στους βασικούς πόρους, πώς μπορεί η χρήση τους να ελαχιστοποιηθεί ή να εξαλειφθεί;
- Ποιοι από τους βασικούς πόρους δεν είναι ανανεώσιμοι;
- Ποιες από τις βασικές δραστηριότητες χρησιμοποιούν πολλούς πόρους;

Εργαλεία αξιολόγησης:
- Εκτίμηση κύκλου ζωής*
- Πίνακας κοινού καλού**

Eco Social Benefits

- Τι οικολογικά ή κοινωνικά οφέλη δημιουργεί το επιχειρηματικό μας μοντέλο;
- Ποιοι είναι οι επωφελούμενοι;
- Είναι δυνητικοί πελάτες;
- Μπορούμε να μετατρέψουμε τα οφέλη σε αξιακή πρόταση, και αν ναι, για ποιον;
- Ποιο συγκριτικό πλεονέκτημα μπορεί να δημιουργηθεί, συμπεριλαμβάνοντας τις αρχές της βιωσιμότητας;
- Είναι αυτό το πλεονέκτημα μακροχρόνιο;
- Δημιουργούμε θέσεις εργασίας;

Έχετε άλλες ερωτήσεις;
Επισκεφθείτε την ιστοσελίδα και γίνετε
ένας μελλοντικός ηγέτης της μετάβασης

GreenTecLab

- https://digitaleneuordnung.de/blog/business-model-canvas-erklaerung/
- https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/how-to-startup/business-model-canvas/infografik