Business Model Canvas – Alexander Osterwalder

Voorbeeldvragen per bouwsteen



**Bouwsteen Waardepropositie**

beschrijft de bundel van diensten en producten die waarde creëert voor een specifiek burgersegment

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Welke toegevoegde waarde leveren we aan de burger?
* Welk probleem van de burger helpen we oplossen?
* Welke ondersteuning bieden we in meedoen aan de samenleving?
* Welke ondersteuning bieden we in het bevorderen van zelfredzaamheid?
* Welke vorm(en) van maatschappelijke ondersteuning hangt met elkaar samen en vult de behoefte van de burger in?
*
 |

**Bouwsteen Burgersegment**

definieert de verschillende groepen mensen die een organisatie wil bereiken en bedienen

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Voor wie creëren we waarde?
* Wie zijn onze meest belangrijke burgers, klanten?
* Welke specifieke (groepen) burgers hebben maatschappelijke ondersteuning nodig?
* Wat is hun profiel en wat zijn de behoeften van deze (groepen) burgers?
* Waarin hebben deze burgers ondersteuning of begeleiding nodig, worden ze blij van?
* Welke behoeften kunnen ze zelf (onderling) invullen?
 |

**Bouwsteen Distributie & Communicatie**

beschrijft hoe een organisatie met zijn burgersegmenten communiceert en ze bereikt om een waardepropositie te leveren

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Hoe bereikt het product, dienst (‘cadeau’) de burger?
* Via welke communicatie en distributie kanalen willen de burgers worden bereikt?
* Welke kanalen sluiten het beste aan op het profiel van het burgersegment (gebruik)?
* Is dat een instelling, een website, een persoon, een folder?
* Welke eisen stelt de burger aan de (wijze van) ontvangst van maatschappelijke diensten en producten?
* Hoe sluiten we met de ‘levering’ het beste aan bij gebruikelijke (dagelijkse, wekelijkse, maandelijkse) routines van burgers?
*
 |

**Bouwsteen Relatie**

beschrijft de soorten relaties die een organisatie aangaat met specifieke burgersegmenten

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Wat voor soort relatie verwacht elk van onze burgersegmenten dat we met ze aan zullen gaan en onderhouden?
* Welke eisen en wensen stelt de burger aan de relatie?
* Is de relatie persoonlijk, afstandelijk (bijv. website) of een combinatie (bijv. skype)?
* Hoe onderhouden we die relatie, blijven we op de hoogte en met welke regelmaat?
* Hoe kan de relatie een rol spelen in meedoen aan de samenleving en zelfredzaamheid?
* Welke combinaties van relaties zijn het meest effectief?
*
 |

**Bouwsteen Inkomsten**

representeert de inkomsten die een organisatie genereert uit elk burgersegment

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Wat zijn de (maatschappelijke) inkomsten van de waardecreatie?
* Welke bronnen van inkomsten zijn nodig om het business model maatschappelijke ondersteuning te laten werken?
* Wat zijn de constante bronnen van inkomsten, welke de variabele?
* Zijn er aanvullende of alternatieve bronnen van inkomsten te verzinnen (bijv. gratis dienstverlening)?
* Wat kan, wil de burger zelf financieel (extra) bijdragen aan maatschappelijke ondersteuning?
*
 |

**Bouwsteen Belangrijkste middelen**

beschrijft de belangrijkste middelen die nodig zijn om te zorgen dat een business model werkt

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Wat zijn de belangrijkste middelen om de waardepropositie te realiseren, de communicatie & distributiekanalen, de relaties?
* Wat zijn de belangrijkste middelen om de inkomstenstromen te genereren en beheren?
* Welke zaken hebben we nodig om de waardecreatie te kunnen realiseren: de vorm(en) van maatschappelijke ondersteuning te creëren, het kanaal in stand te houden en de relaties te onderhouden?
* Welke alternatieve en innovatieve middelen zijn in te zetten om de zelfredzaamheid van burgers te versterken?
*
 |

**Bouwsteen Belangrijkste activiteiten**

beschrijft de belangrijkste activiteiten die een organisatie moet doen om te zorgen dat het business model werkt

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Welke activiteiten zijn noodzakelijk om de waardecreatie te kunnen realiseren?
* Het distributiekanaal en de communicatie, relatie: welke activiteiten zijn vereist om dit te realiseren?
* Welke kernactiviteiten moeten worden uitgevoerd om de vorm(en) van maatschappelijke ondersteuning te creëren of te versterken?
* Om het kanaal en de relaties te onderhouden?
* Om de stroom van inkomsten te creëren en garanderen?
 |

**Bouwsteen Belangrijkste partners**

beschrijft het netwerk van partners en leveranciers die zorgen dat het business model werkt

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Wie zijn onze belangrijkste netwerkpartners?
* Wie zijn onze belangrijkste leveranciers van activiteiten, middelen?
* Welke belangrijke middelen halen we bij onze partners?
* Welke belangrijke activiteiten voeren onze partners uit?
* Welke netwerkpartners zijn belangrijk in het transitieproces ‘naar een actieve en zelfredzame samenleving, burgers’?
* Welke netwerkpartners zijn essentieel om de diensten en producten maatschappelijke ondersteuning te maken of te co-creëren?
*
 |

**Bouwsteen Kosten**

beschrijft alle kosten die worden gemaakt om een business model te laten werken

voorbeeldvragen

|  |
| --- |
| * Wat zijn de belangrijkste kosten van het business model, per bouwsteen?
* Welke middelen, activiteiten zijn het duurst?
* Welke samenwerkingspartner kan ik welke kosten voorzien?
* Welke kosten zijn essentieel, noodzakelijk om maatschappelijke ondersteuning te realiseren?
* Hoe kunnen we de kosten tot een minimum beperken, bijvoorbeeld door het betrekken van een extra maatschappelijke, vrijwillige of commerciële netwerkpartner?
 |