

# Business model canvas

Partners	Kernactiviteiten	Toegevoegde waarde	Contact met de klant	Doelgroep
	Bedrijfsmiddelen		verkoopkanalen	
Kostenstructuur			Inkomstenstroom	

# Business model canvas

**Bepaal jouw doelgroep.** Breng in kaart welke klanten je wilt bedienen en probeer de behoefte van deze doelgroep te onderzoeken = segmenteren.

**Definieer jouw toegevoegde waarde** voor jouw klant: waarin verschil jij van de concurrentie. Hoe tevreden maak jij jouw klant?

**Bekijk de manier waarop je contact hebt met jouw klanten.** Een kleine klant of een grote klant zal op een andere manier benaderd worden. Kijk naar het rendement dat je kunt behalen op elk van de klantengroepen.

**Beschrijf welke verkoopkanalen je gaat gebruiken.** Omschrijf je marketing- en distributiestrategie. Hoe zorg je dat jouw doelgroep jouw aanbod kent en hoe kunnen zij jouw aanbod kopen? In een winkel, online, ...

**Met een verdienmodel wordt het duidelijk vanwaar de inkomsten vandaan komen.** Je bepaalt a.h.v. jouw verdienmodel hoeveel omzet je nodig hebt om winst te maken, hoe je kunt verdienen aan klanten, hoeveel klanten je nodig hebt of je jouw prijzen goed hebt bepaald. Er zijn diverse verdienmodellen en vaak wordt een combinatie van diverse modellen ingezet. Meer informatie vindt u in onze publicatie verdienmodellen.

**Bepaal welke bedrijfsmiddelen je nodig hebt** om jouw product of dienst te realiseren. Het zijn fysieke, intellectuele of menselijke middelen: rollend materieel, computers, software, patenten, licenties, personeel, ... Dit vereist een investering waarbij je behoefte hebt aan financiering. Dit kan met eigen middelen of externe financiering gebeuren of een combinatie van beiden. De kleinere of terugkerende onkosten worden hier niet bedoeld.

**Bepaal jouw belangrijkste activiteiten.** Definieer hoe je waarde creëert of toevoegt aan jouw producten/diensten.

**Bepaal welke partijen je nodig hebt om in jouw business succesvol te ondernemen.** Dit zijn alle partners die je nodig hebt om de verkoop van jouw producten of diensten te realiseren.

**Onderzoek hoe de kostenstructuur van jouw bedrijf in elkaar zit.** Als je de voorgaande stappen hebt uitgeschreven, is het mogelijk te bepalen wat de belangrijkste kosten van jouw bedrijfsstructuur zullen zijn. Je hebt vaste en variabele kosten. De vaste kosten zijn meestal terugkerende kosten die niet afhangen van de verkoop. De variabele kosten worden in functie van de verkoop bepaald. Welke kosten kan je besparen of waar kun je voordeel uit halen?

Deze publicatie wordt u aangeboden door:

© Admin4All – Wesley Lambrechts, Doorndonkeindeken 20A – 9160 LOKEREN

Wesley Lambrechts is erkend boekhouder-fiscalist BIBF met het erkenningsnummer 30086467

Bezoek onze website via [www.admin4all.be](http://www.admin4all.be) of stuur ons een mail voor meer informatie of een afspraak [info@admin4all.be](mailto:info@admin4all.be)

Deze publicatie is louter informatief en verbindt ons tot niets. Er kunnen geen rechten of claims uit deze informatie worden geput.