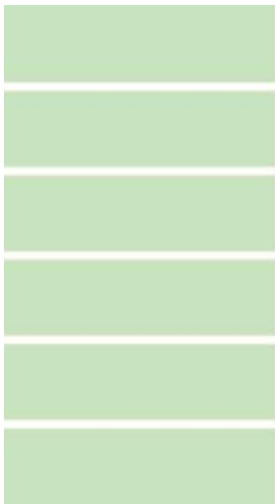




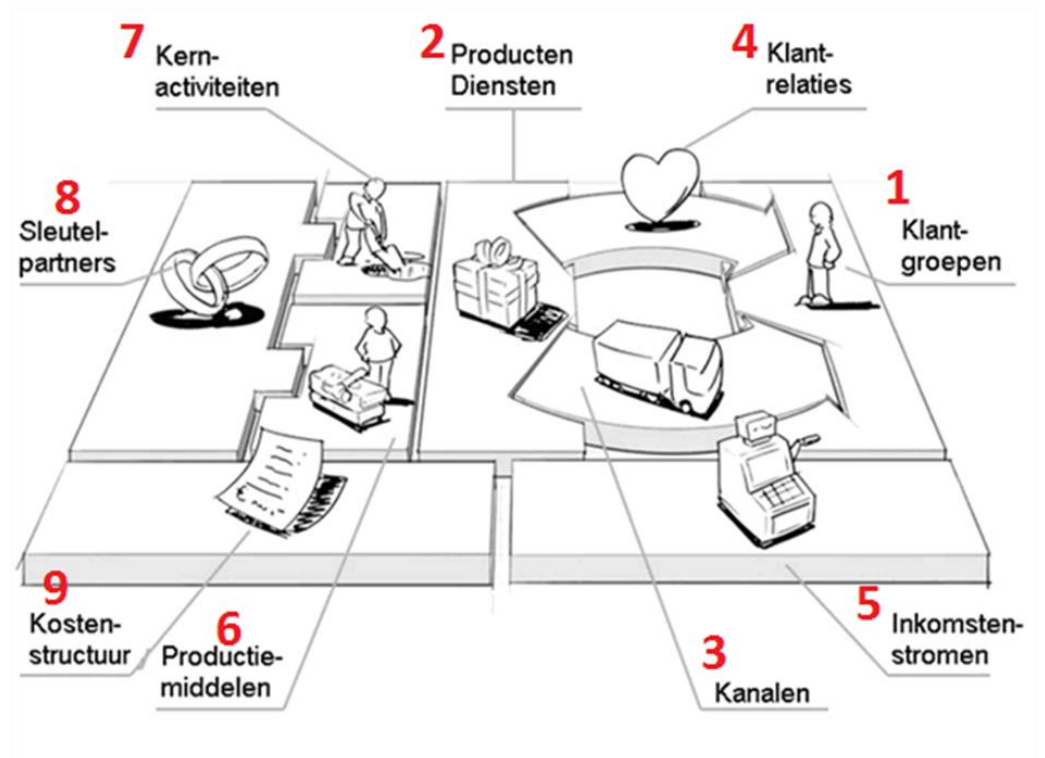
Knowledge is expensive,
but realise what stupidity can cost you

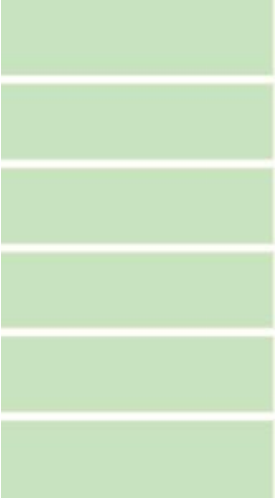


Business model generatie ...

Een business model genereren met waardepropositie als kern van de zaak.

Een nieuwe business opstarten. Je bestaande business kritisch herbekijken, een "turn around" van je familiebedrijf doen. Met deze tool, dit canvas kijkt men kritisch naar de huidige onderneming, maar ook naar de eventuele toekomstige business, en dit op een 9-tal punten. Bij het vastleggen van de strategie is het uitwerken van dit canvas altijd erg behulpzaam en komt het de performantie van het familiebedrijf altijd ten goede.





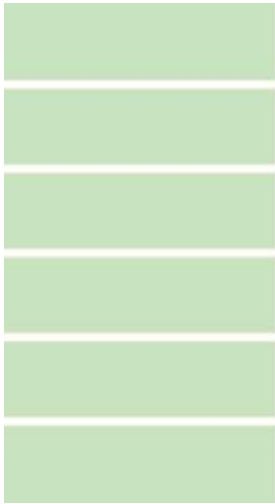
Gisteren ging de eerste opleiding van “**ondernemers universiteit**” – **Cluster GROEI** in samenwerking met CEO-Limburg en U-Hasselt, van start en dit voor het 4^{de} jaar op rij. Er waren zo’n 17 enthousiaste ondernemers aanwezig die graag kwamen luisteren naar **Matty Paquay** - <http://www.paquay-group.com/>

CEO lid “**Matty Paqua**”, die wij goed kennen, is recent gecertificeerd bij het instituut van Osterwalder. Hij kwam ons op een interactieve manier laten kennismaken met deze **prachtige tool**, die o.a. ook de bedoeling heeft om een **gemeenschappelijk TAAL te zijn**, te worden, zodat ieder TEAM op dezelfde manier leert te communiceren over “**de strategie**” van het bedrijf. Het business model beschrijft de manier waarop een organisatie “**waarde**” creëert, levert en behoudt. Het Canvas vat alle facetten die invloed hebben op het creëren van meerwaarde samen in negen bouwstenen. Op deze manier wordt uw business model op een beknopte, overzichtelijke en visuele manier in kaart gebracht. Met een duidelijke waardepropositie als kern van de zaak.

9 bouwstenen

Deze 9 punten zijn:

1. **Klantgroepen (klantensegment):** welke bestaande en nieuwe klantgroepen gaat de organisatie bedienen met haar producten en diensten?
2. **Producten en diensten (waardeproposities):** welke producten en diensten gaat de organisatie aanbieden aan haar klanten, en welk klantvraagstuk (kwalitatief en/of kwantitatief) lost de organisatie met deze producten en diensten op? Met andere woorden: welke toegevoegde waarde biedt de organisatie aan haar klanten?
3. **Kanalen:** op welke manieren is de organisatie in contact met haar klanten t.b.v. het leveren van de producten en diensten?
4. **Klantrelaties:** hoe zien de klantrelaties van de organisatie met haar (groepen) klanten er precies uit?
5. **Inkomstenstromen:** hoe en op welke manier genereert de organisatie inkomsten? Wat is dus het verdienmodel?
6. **Productiemiddelen:** welke fysieke, financiële, menselijke en ICT-resources zijn er nodig om de producten en diensten te kunnen bieden via de kanalen en om de klantrelaties te kunnen onderhouden.



7. **Kernactiviteiten:** welke kernactiviteiten moet de organisatie uitvoeren om haar producten/diensten via de kanalen te kunnen leveren?
8. **Sleutelpartners:** met welke partners werkt de organisatie samen t.b.v. het kunnen leveren van haar producten/diensten en hoe ziet deze samenwerking eruit?
9. **Kostenstructuur:** welke kosten zijn er voor de organisatie t.b.v. het kunnen leveren van de producten/diensten, het open houden van de kanalen, het onderhouden van de relaties, het verwerven van de productiemiddelen en het uitvoeren van de kernactiviteiten, alleen of samen met de partners? De inkomsten- of financieringsstromen vormen daar een onderdeel van.

Matty liet ons nadenken over het business model van Ryanair!
Wil je even zien hoe? Kijk dan even naar dit filmpje.

<http://paquay-group.com/nl/bekijk-uw-business-model-en-verbeter-het>

Nieuwsgierig? Meer lezen of weten van Osterwalder zie hieronder:



Boek:

<http://www.bol.com/nl/p/business-model-generation/1001004007798164/?country=BE>

YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=8GlbCg8NpBw>

<http://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

Het is mijn missie om als familiebedrijfadviseur, familiebedrijven te helpen bij hun opvolging naar de volgende generatie. En als ze zelf géén opvolging hebben om hen te helpen bij een optimale overdracht naar derden. Dit alles vanuit een **diep geloof** dat wij ECHT het VERSCHIL maken, op een menselijke, professionele, eerlijke, authentiek en inspirerende manier met aandacht voor elk zijn individuele behoeften.



Eddy Claesen

Family Business Advisor - Mediator

Accountant - Tax Consultant

Kuilenstraat 16 • B-3600 Genk
tel.: +32 89 32 91 10 • fax: +32 89 32 91 19
eddy.claesen@claesen.be • www.claesen.be