

## Vind het babyolifantje met een businessmodel

# BOUWSTENEN

Businessmodellen in het midden- en kleinbedrijf? Dat is geen alledaagse kost voor de praktisch ingestelde ondernemers uit het MKB. Bovendien is een externe adviseur die kan helpen bij het aanscherpen van een businessmodel vaak veel te duur. Het businessmodel Canvas van de Zwitser Alex Osterwalder biedt uitkomst.

Door Syntens

Het businessmodel Canvas is tot nu toe vooral bekend bij grote ondernemingen. Aangezien het ook heel goed kan werken voor kleinere bedrijven, wil het Kanskanon (een innovatieprogramma van Syntens, gemeente Amsterdam, provincie Noord-Holland en EFRO) MKB'ers hier graag mee laten kennismaken. Onlangs werd voor twaalf internetbedrijven een driedaagse masterclass georganiseerd. Jille Sol, die de masterclass faciliteerde, vertelt: "Het krachtige van het businessmodel Canvas is dat je het op verschillende manieren kunt gebruiken. Voor de analyse van je bedrijf: wie zijn we, wat doen we goed, waar kunnen we nog terrein winnen? Maar ook als beslismodel: wat gaan we wel doen en wat niet? Tot slot is het model zeer geschikt om een presentatie van je bedrijf te maken. Sterker nog: als je het model goed invult, heb je meteen een *elevator pitch*."

Het model is eenvoudig en overzichtelijk. Sol: "Iedereen kan

het onder de knie krijgen. Er is geen dure consultant voor nodig om te helpen om het model toe te passen." Merijn Bakker van [www.mmmakkelijk.nl](http://www.mmmakkelijk.nl) nam deel aan de masterclass "Internetbedrijven en hun businessmodel" en beaamt dat het businessmodel Canvas snel inzicht geeft in je onderneming. "Het is nooit zo simpel om iets simpel te maken", zegt Bakker. "In tegenstelling tot andere modellen of een uitgeschreven bedrijfsplan, maak je met dit model een totaalplaatje op één pagina. Vervolgens kun je spelen met de verschillende factoren en bijvoorbeeld bepalen waar innovatie mogelijk is." Bakker is initiatiefnemer van [www.mmmakkelijk.nl](http://www.mmmakkelijk.nl), een website waar je je kunt abonneren op een weekmenu met recepten aangepast aan je wensen en gezinssituatie. Het model Canvas leent zich goed om met een groep aan de slag te gaan. De bouwstenen van het model zijn helder en kunnen gemakkelijk gebruikt worden om te discussiëren met meerdere mensen. Sol: "Door diverse medewerkers uit een bedrijf – van bijvoorbeeld de afdelingen techniek, productie en administratie – te betrekken, ontstaat een nog completer beeld. Al deze medewerkers komen namelijk met andere input." Dat ziet Hanne van Essen van UCareforkids als een belangrijk pluspunt. Ook zij volgde de masterclass en vertelt hier enthousiast over: "Nu ik gefocust met het model aan de slag ben geweest, is het een goed instrument om er met anderen over te praten." Met UCareforkids biedt deze ondernemer en moeder ouders in Utrecht een alternatieve manier van kinderopvang; voor en door ouders. Op haar website maken ouders afspraken om op elkaars kinderen te passen.

### Kanskanon

Het Kanskanon zette tijdens de masterclass 'Internetbedrijven en hun businessmodel' twaalf bedrijven uit Amsterdam en omgeving aan het denken met het businessmodel van Alex Osterwalder. Deze masterclass werd begeleid door Jille Sol, businessmodelfacilitator. Het Kanskanon is een innovatieprogramma voor MKB-ondernemers op initiatief van Syntens, de gemeente Amsterdam, de provincie Noord-Holland en het EFRO.

Het Kanskanon geeft MKB-ondernemers advies en brengt hen in contact met collega-ondernemers en kennisinstellingen. Zo kunnen innovaties beter, eerder en sneller tot stand komen.

### Slimmer geld verdienen

Een businessmodel wordt vaak verward met een verdienmodel. Wat is nu precies het verschil? Sol: "Bij een businessmodel gaat het om een holistische benadering. Je kijkt altijd naar het geheel, naar alle factoren en hun onderlinge samenhang. Een verdienmodel leidt snel tot een tunnelvisie, waarbij

## Businessmodel Canvas

Wanneer over businessmodellen wordt gesproken denken de meeste ondernemers aan verdienmodellen. Een businessmodel is meer. Het beschrijft alle facetten die invloed hebben op het creëren van een meerwaarde, terwijl een verdienmodel alleen ingaat op de vraag hoe een organisatie geld kan verdienen. De Zwitser Alex Osterwalder ontwikkelde negen bouwstenen om dit proces te beschrijven; die bouwstenen vormen het businessmodel Canvas:

- Value propositions: het aanbod van het bedrijf, zowel product als service, vertaald naar waarde voor de klant;
- Target customer: een beschrijving van de klant of klantgroep waar het bedrijf zich met de value propositions op richt. Hier worden karakteristieken beschreven van een (potentiële) klant;
- Distribution channels: de manier waarop een bedrijf in contact komt met haar klanten. Hier worden de marketing- en distributiestrategie beschreven;
- Customer relationships: het managen van de relatie tussen het bedrijf en klanten (of klantsegmenten);
- Value configurations: de manier waarop de activiteiten worden vormgegeven;
- Core capabilities: de kerncompetenties van een bedrijf die nodig zijn voor het uitvoeren van het businessmodel;
- Partner network: samenwerkingsverbanden met andere bedrijven die invloed hebben op het succes van het businessmodel;
- Cost structure: de financiële consequenties van de manier waarop het model is ingericht;
- Revenue model: de manier waarop het bedrijf meerwaarde creëert, oftewel het verdienmodel.

veel over het hoofd wordt gezien. Zo zou een ondernemer bijvoorbeeld alleen aan kostenreductie kunnen denken, terwijl er veel meer mogelijkheden zijn om uiteindelijk meer te verdienen." Beide ondernemers vertellen dat zij door het businessmodel een andere kijk hebben gekregen op de manier waarop zij geld kunnen verdienen met hun bedrijf. Van Essen: "Door drie doelgroepen te onderscheiden en daar verschillende waardeproposities aan te verbinden, heb ik meer zicht op hun belangen. Hierdoor is het gemakkelijker om te bepalen waar geld voor kan worden gevraagd." Voor Bakker zijn nu andere verdienmodellen mogelijk. "Mijn klanten betalen nu 9,50 euro per jaar. Nu zie ik ook nieuwe manieren om een gezonde business te draaien."

### Andere kijk

Het model kan helpen om het zogenaamde *babyolifantje* in een bedrijf te ontdekken. "Het babyolifantje van Zoo Antwerpen gebruik ik vaak als voorbeeld in de training. Toen er een

olifantje geboren werd, communiceerde deze dierentuin niet over een uitstapje naar de Zoo, maar vroeg om op kraamvisite te komen. Die andere kijk leverde een ongelooflijk hoog bezoekersaantal op", legt Sol uit. Bakker heeft voor haar website nog niet meteen het babyolifantje gevonden, maar realiseert zich wel dat een andere invalshoek kan helpen: "Wat zijn de onderwerpen waar mensen over praten als zij het over eten hebben? Bijvoorbeeld hoe kan ik mijn kinderen leren alles te eten? Of hoe blijf ik op gewicht?"

Een businessmodel wordt niet eenmalig opgesteld, maar moet regelmatig aangepast worden of kan op een andere manier worden gebruikt. Of dat lukt bij een MKB'er die ook de winkel draaiende moet houden? Van Essen denkt van wel: "Je moet er niet te veel tijd aan besteden, maar kunt het steeds gebruiken om de juiste beslissingen te nemen."

**Syntens** is specialist in vernieuwing en een onafhankelijk klankbord voor MKB-ondernemers op het gebied van innovatie.



‘ Mavim Rules... voor soepele bedrijfsprocessen! ’

Philippe van Hees  
De Processpecialisten