

Tämä opas auttaa sinua projektin kirjoittamisessa vaihe vaiheelta.

On monia tapoja kirjoittaa liiketoiminnan projekti, mutta Alexander Osterwalderin luoma Business Model Canvas esittää sen graafisen yksinkertaisella tavalla.

Business Model Canvas

Business Model Canvas -menetelmä on strategisen johtamisen työkalu, joka mahdollistaa yrityksen liiketoimintamallin kehittämisen. Se sisältää yhdeksän valmista osiota, jotka muodostavat pohjan uuden mallin luomiselle tai jo olemassa olevan mallin muokkaamiselle.

BMC on työkalu jolla voi analysoida ja luoda liiketoimintamalleja yksinkertaisella tavalla. Sitä käytetään maailmanlaajuisesti; lakana tai "kangas" on jaettu liiketoiminnan tärkeimpiin osuuksiin, jotka yhdessä mahdollistavat yrityksen arvolupauksen määrittelyn.

Canvas-liiketoimintamalli on jaettu yhdeksään moduuliin, jotka kuvastavat yrityksen ansaintalogiikkaa. Nämä yhdeksän moduulia kattavat neljä liiketoiminnan pääpilaria: asiakkaat, toimitus, infrastruktuuri ja taloudellinen kannattavuus.

Yritykselläsi on arvolupaus, joka erottaa sen kilpailijoista – ja tämä lupaus sijoitetaan kankaan keskelle (katso kuvio liitteessä). Arvolupaus on lunastettava toimittamalla tuote/palvelu asiakkaille (jotka sijaitsevat oikealla), ja joiden kanssa sinun on luotava sarja suhteita. Lunastaaksesi arvolupauksen, sinun on toimittava tiettyjen jakelukanavien kautta (kaupallinen, Internet, offline-myymlät jne.), ja tämä on yrityksestä ulospäin suuntautuvaa toimintaa. Vasemmalla puolella kangasta ovat ne tärkeimmät toiminnot ja resurssit mitä yrityksen sisällä on tehtävä, ja mikä on oleellista liiketoimintamallissa, sekä tärkeimmät kumppanit, joiden kanssa työskentelet. Viimeiset elementit ovat yrityksen kustannusrakenne ja tulovirrat.

Business Model Canvasin edut

1. Lisää ymmärrystä: Visuaalisten työkalujen käyttö tukee kangasta muokkaavien työntekijöiden luovaa ajattelua.
2. Laaja painotus: Malli ylläpitää yrityksen jatkuvaa kehittämistä ja huomioi liiketoiminnan eri näkökulmat: kaupallinen, markkina-, jakelukanavat...
3. Strateginen näkymä: Kankaan kaikkia elementtejä voidaan tarkastella yhdeltä arkilta. Yksinkertainen tapa hyödyntää tätä työkalua.

Liiketoimintamalli -kanvaksen luominen

Seuraavaksi nähdään kuinka malli tehdään, missä järjestyksessä ja mitä kukin kankaan osa tarkoittaa.

1. Asiakassegmentit

Tunnistavat markkinoiden ja asiakkaan tarpeet. Painopisteemme on aina asiakkaiden ymmärtämisessä ja tuote on kohdistettava heidän tarpeisiinsa ja toiveisiinsa.

Tunnistaaksemme asiakkaan tarpeet, on asetettava heidän asemaansa ja analysoitava mitä he ajattelevat, tuntevat, näkevät, kuuntelevat, mitkä ovat heidän ongelmansa, sekä hyödyt, joita tuotteemme/palvelumme voi tarjota.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Kenelle luomme arvoa?
- Ketkä ovat tärkeimmät asiakkaamme?

2. Arvolupaukset

Arvolupaus on avain koko liiketoimintamalliin. Arvo(- tai kilpailuetu)lupaus on syy, miksi asiakas ostaa meiltä eikä kilpailijaltamme. Se tekee tuotteestamme/palvelustamme erilaisen ja innovatiivisen.

Voit innovoida yrityksen eri elementtejä, kuten ansaintamallia, liikekumppanuuksia, tuotantoprosesseja, tuote-/palvelutoimituksia, brändiä...

On vastattava myös näihin kysymyksiin:

- Mitä arvoa tarjoamme asiakkaillemme?
- Minkä ongelman ratkaisemme?
- Mikä on tarve, jonka tyydytämme?
- Millaista tuotetta tarjoamme?

3. Kanavat

Kun asiakkaat ja arvolupaus on määritelty, heidät on tavoitettava. Jos he eivät tunne yritystä ja sen palveluja, he eivät osta meiltä. Määritellään tuotteen tai palvelun jakelukanavat.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä kanavia meidän on käytettävä saavuttaaksemme asiakkaat?
- Mitkä kanavat toimivat parhaiten?
- Mitkä näistä kanavista ovat tuottoisimpia?

4. Asiakassuhteet

Meidän tulee kommunikoida asiakkaidemme kanssa oikein ja olla tietoisia heistä. Ne ovat liiketoimintamme ydin, joten yrityksen menestyksen kannalta on olennaista tietää, kuinka määritellä suhteemme kunkin asiakassegmentin kanssa.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Millainen on suhteemme kuhunkin asiakassegmenttiimme?
- Millaista suhdetta odotat?
- Mikä on hinta?

5. Tulovirrat

Jotta yritys olisi kannattava ja selviydymme markkinoilla, meidän on mietittävä, kuinka sen tuotteet ja palvelut kaupallistetaan. Se tarkoittaa, mistä saamme tulot?

Meidän on vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä on päätulomme lähde?
- Miten asiakkaamme maksavat?
- Miksi asiakkaamme ovat valmiita maksamaan?

6. Keskeiset resurssit

Liiketoimintasuunnitelman laatimisen kannalta on keskeistä tietää, mitä resursseja meillä on ja mitä meillä on oltava liiketoimintamme toiminnan suorittamiseksi. Meidän on oltava varovaisia ja harkittava tarkkaan määritellessämme näitä resursseja. On aina mietittävä, kuinka resurssit optimoidaan, eli yritetään saavuttaa mahdollisimman suuri tuottavuus pienin kustannuksin.

On vastattava seuraavaan kysymykseen:

- Mitä olennaisia resursseja arvolupauksemme vaatii?

7. Avaintoiminnot

Jotta voimme lunastaa asiakkaille antamamme arvolupauksen, tarvitaan valmistelua ennen kuin tuote saapuu markkinoille. Ajattelemme tässä liiketoiminnan ydintä, sitä miten toimimme jokapäiväisessä elämässä.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä perustoimintaa arvolupauksemme edellyttää?
- Mitkä ovat kanavamme?
- Mitkä ovat tulonlähteemme?

8. Keskeiset kumppanit

Liiketoiminnallei on välttämätöntä, että hankit liittolaisia. Nämä liittolaiset voivat olla;

-Kumppaneita tai yhteistyöverkosto, joka auttaa meitä tavoittamaan asiakkaat nopeammin ja saamaan tukea joko kumppanien maineesta tai kokemuksista.

-Toimittajia jotka tarjoavat keskeiset resurssit palvelujen/lopullisen tuotteen tekemiseen.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Ketkä ovat tärkeimmät kumppanimme markkinoilla?
- Ketkä ovat toimittajamme?

9. Kustannusrakenne

Koko yritysprojektin kustannukset on optimoitava ja katettava. On määriteltävä prioriteetit ja liiketoiminnan peruskulut.

Kulurakenteen selkeyttäminen auttaa meitä pysymään budjetissa ja estää yrityksen epäonnistumista rahoitusongelmien takia.

On vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat liiketoimintamallimme tärkeimmät kustannukset?
- Mitkä keskeiset resurssit ovat kalleimmat?
- Mitkä avaintoiminnot ovat kalleimpia?

Täytetty canvas-malli auttaa yrittäjää näkemään selkeämmin liiketoiminnan kokonaisuuden ja esittää toiminnan visuaalisesti ja ymmärrettävästi sekä yhteistyökumppaneille että sijoittajille. BMC on väline, jota voidaan käyttää sekä uuden liiketoiminnan kehittämiseen alkuvaiheessa että uuden tuotteen kehittämisessä jo vakiintuneessa organisaatiossa.