

Ten przewodnik poprowadzi cię krok po kroku, jak napisać projekt biznesowy.

Istnieje wiele sposobów na napisanie projektu biznesowego, ale Model Biznesowy Canvas, stworzony przez Alexandra Osterwaldera, pozwala graficznie wyjaśnić go w bardzo prosty sposób.

## Model Biznesowy Canvas

Metodyka Business Model Canvas jest narzędziem zarządzania strategicznego, pozwalającym na wypracowanie modelu biznesowego firmy. Jego struktura składa się z dziewięciu wstępnie sformatowanych bloków, które stanowią podstawę do stworzenia modelu lub adaptacji już istniejącego.

Jest to narzędzie do analizy i tworzenia modeli biznesowych w uproszczony sposób. Model jest wyświetlany globalnie na kanwie podzielonej na główne aspekty związane z biznesem i koncentruje się na oferowanej wartości.

Model Biznesowy Canvas jest podzielony na dziewięć podstawowych modułów, które odzwierciedlają logikę, którą firma kieruje się, aby uzyskać dochód. Te dziewięć modułów obejmuje cztery główne obszary działalności: klienci, dostawy, infrastruktura i rentowność.

Oferta firmy o danej wartości, która sprawia, że jest ona wyjątkowa na rynku – zostaje umieszczona pośrodku kanwy (patrz rozkład w załączniku). Należy przedstawić swoją propozycję wartości klientom (czyli to, co znajduje się po prawej stronie), z którymi trzeba będzie nawiązać szereg relacji. Aby przedstawić tę propozycję wartości klientom, należy to zrobić za pośrednictwem określonych kanałów (komercyjnych, internetowych, sklepów stacjonarnych itp.). Po lewej stronie kanwy znajdują się kluczowe działania i zasoby, czyli to, co koniecznie trzeba zrobić i co jest krytyczne w danym modelu biznesowym, oraz kluczowych partnerów, z którymi firma współpracuje. Ostatnim, choć nie mniej ważnym, z pozostałych siedmiu elementów, jest struktura kosztów i linie przychodów firmy.

## Korzyści z użycia Modelu Biznesowego Canvas

1. Poprawia zrozumienie: Wykorzystuje narzędzia wizualne. Ta metodyka zachęca do kreatywnego myślenia pracowników tworzących kanwę.
2. Szeroka perspektywa: Utrzymanie stałego obrazu modelu biznesowego z różnych perspektyw: komercyjnej, rynkowej, kanałów dystrybucji...
3. Analiza strategiczna: Wszystkie elementy kanwy można obejrzeć na jednym arkuszu. Prosty sposób na maksymalne wykorzystanie tego narzędzia.

## Jak stworzyć Model Biznesowy Canvas

Poniżej można zobaczyć, jak wykonać model kanwy, w jakiej kolejności i co oznacza każda sekcja.

### 1. Segmenty klientów

Wykrywa potrzeby rynku, klienta. Naszym celem jest zawsze klient i musimy dopasować produkt do jego potrzeb i pragnień.

Aby zidentyfikować naszego klienta, musimy wejść w jego skórę i przeanalizować, co myśli, czuje, widzi, słyszy, jakie ma problemy i jakie korzyści może zapewnić nasz produkt/usługa.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Dla kogo tworzymy wartość?
- Kim są nasi najważniejsi klienci?

### 2. Propozycje wartości

To klucz do całego modelu biznesowego. Propozycja wartości lub przewagi konkurencyjnej jest powodem, dla którego klient kupi u nas, a nie u innego. Oto, co sprawia, że nasz produkt/usługa jest inny i innowacyjny.

Można wprowadzać innowacje w różnych aspektach, takich jak model przychodów, sojusze biznesowe, procesy produkcyjne, dostarczanie produktów/usług, marka...

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jaką wartość dostarczamy naszym klientom?
- Jaki problem rozwiązujemy?
- Jaką potrzebę zaspokajamy?
- Jaki rodzaj produktu oferujemy?

### 3. Kanały

Po zdefiniowaniu naszych klientów i propozycji wartości, które im oferujemy, musimy do nich dotrzeć. Jeśli nas nie znają, nie kupią od nas. Tutaj zdefiniujemy kanały dystrybucji produktu lub usługi.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jakimi kanałami musimy się posłużyć, aby dotrzeć do klientów?
- Które kanały działają najlepiej?
- Które z tych kanałów są najbardziej opłacalne?

### 4. Relacje z klientami

Musimy poprawnie komunikować się z klientami i mieć tego świadomość. Relacje te stanowią rdzeń naszej działalności, więc wiedza o tym, jak je zdefiniować ma fundamentalne znaczenie dla sukcesu firmy.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jakie są nasze relacje z każdym z segmentów klientów?
- Jakiego rodzaju związku oczekujemy?
- Jaki jest koszt?

#### 5. Źródła przychodów

Aby biznes był rentowny i mógł przetrwać na rynku, musimy zastanowić się, jak go sponiężyć. To znaczy, skąd będziemy czerpać dochody?

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jaka jest nasza główna linia przychodów?
- Jak zapłacą nasi klienci?
- Dlaczego nasi klienci są skłonni zapłacić?

#### 6. Kluczowe zasoby

Wiedza o tym, jakimi zasobami dysponujemy i jakie musimy posiadać, aby prowadzić działalność naszej firmy, jest kluczem do ustalenia biznesplanu. Musimy być ostrożni i rozważni w definiowaniu tych zasobów. Zawsze musimy myśleć o tym, jak je zoptymalizować, czyli starać się osiągnąć maksymalną możliwą produktywność przy minimalnych kosztach.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytanie:

- Jakich podstawowych zasobów wymaga nasza propozycja wartości?

#### 7. Kluczowe działania

Aby zrealizować propozycję wartości, którą chcemy zaoferować naszym klientom, niezbędne są pewne czynności, aby przygotować produkt zanim trafi on na rynek. Chodzi o to, że tutaj myślimy o rdzeniu naszej działalności, o tym, co robimy w naszym codziennym życiu.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jakich podstawowych działań wymaga nasza propozycja wartości?
- Jakie są nasze kanały?
- Jakie są nasze źródła dochodu?

#### 8. Kluczowi partnerzy

Aby prowadzić biznes, trzeba mieć sojuszników. Tymi sojusznikami mogą być:

Partnerzy/współpracownicy: dobra sieć partnerów może pomóc nam szybciej dotrzeć do klienta, dzięki ich reputacji i doświadczeniu.

Dostawcy: ci, którzy dostarczają nam kluczowe zasoby, aby móc oferować usługi/produkt końcowy.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Kim są nasi kluczowi partnerzy rynkowi?
- Kim są nasi dostawcy?

## 9. Struktura kosztów

Cała infrastruktura projektu biznesowego ma koszty, które musimy ponieść i zoptymalizować. Musimy określić, jakie są nasze priorytety i podstawowe wydatki w biznesie, a które nie są.

Jasne określenie tej struktury pomoże nam nie odbiegać od budżetu i zapewnić, że biznes nie upadnie z powodu problemów finansowych.

Musimy odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jakie są najważniejsze koszty w naszym modelu biznesowym?
- Które kluczowe zasoby są najdroższe?
- Jakie kluczowe czynności są najdroższe?

Dzięki kompletnemu modelowi Canva przedsiębiorcy będą mieli jaśniejsze pojęcie o biznesie, który zamierzają uruchomić, oraz narzędzie, za pomocą którego wyjaśnią to w wizualny i prosty sposób zarówno partnerom, jak i inwestorom. Jak widzieliśmy, jest to narzędzie, które można zastosować zarówno na początkowych etapach tworzenia biznesu, jak i do rozwoju nowego produktu w już istniejącej organizacji.