

# Instruktion för Affärsmodellskanvas

Ett strategiskt verktyg för affärsutveckling där ni kan skapa översikt och utveckla er verksamhet. Kanvasen kan användas vid nystart likaväl som i etablerade verksamheter. Ni kan använda den både för hela er verksamhet, och i arbetet med enskilda projekt eller delverksamheter. Verktøget är visuellt och ni kan lätt se hur små förändringar ger stora effekter. Resultatet används för att stärka er verksamhet.

## Börja med centrum: Ett värdeerbjudande

Detta är centralt för verksamheten: Vilket värde skapar vi för våra kunder? Vilka behov kan vi uppfylla? Vilka produkter, tjänster eller upplevelser levererar vi? Vilka problem löser vi för kunden?

## Vänstra delen: berör förutsättningar för värdeerbjudandets tillkomst

### Nyckelpartner

Vissa aktiviteter lägger ni ut på andra, och samarbeten behövs för att uppnå det ni vill. Vilka behöver vi hjälp av för att leverera vårt värdeerbjudande? Vilka är huvudleverantörerna? Vilka underleverantörer har vi? främst organisationer/företag. Kanse även vissa privatpersoner?

### Nyckelresurser

Vilka nyckelresurser krävs för att leverera vårt värdeerbjudande? Personal, lokaler, IT-system, utrustning, samlingar, espressomaskin?

### Nyckelaktiviteter

Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera vårt värdeerbjudande? Vilka aktiviteter är avgörande för att driva verksamheten? Aktiviteter vi gör som inte är nyckelaktiviteter, vilka ska inte tas upp här?

## Högra delen: berör vägar för värdeerbjudandet att komma till användning

### Kundrelationer

Vilken typ av relationer har vi med våra kunder? Vilka relationer förväntar de sig med oss? Vårvar vi nya, eller fokuserar vi på att behålla de nuvarande? I så fall med vilket relationsbyggande? Är vi personliga, eller blir besöken automatiserade, är det självbetjäning eller guidat upptäckande? Hur är vår ton på webben och i telefon? Samskarar vi innehåll med kunderna?

### Kanaler

Hur når vi våra kunder? genom vilka kommunikationskanaler, distributionskanaler och försäljningskanaler. Vilken kanal ger bäst effekt? Vilken kanal är mest kostnadseffektiv? Hur vill de bli nådda?

### Kundsegment

För vem skapar vi värde? Vilka är våra kunder? Vilka kunder är viktigast för oss? Flera kundsegment är oftast aktuella.

## Ekonomi i botten

### Kostnadsstruktur

Var finns våra kostnader? Hur är våra kostnader fördelade? Vilka aktiviteter och resurser är dyrast?

### Intäktströmmar

Vad är våra kunder villiga att betala för? Hur betalar de idag? När sker betalningarna? Vilken betalmodell/affärsmodell har vi?

### Valfria extra rutor

Här finns möjligheter att lägga till ytterligare viktiga parametrar om er verksamhet behöver. Har ni exempelvis en cirkulär modell, så kan ni lägga in två rutor med Negativ miljöpåverkan - positiv miljöpåverkan.

### Efter översikten i er kanvas

När ni har gjort färdigt er första version, så ser ni först och främst hur delar kan saknas, eller ha mycket låg beläggning. Inga partners? Bara en kanal? Arbeta vidare med att fylla på dessa. Gör också en kreativ kanvas, laborera med sådant ni tror är oersättligt: Vad händer om ni tar bort era nuvarande kanaler? Era priser?

