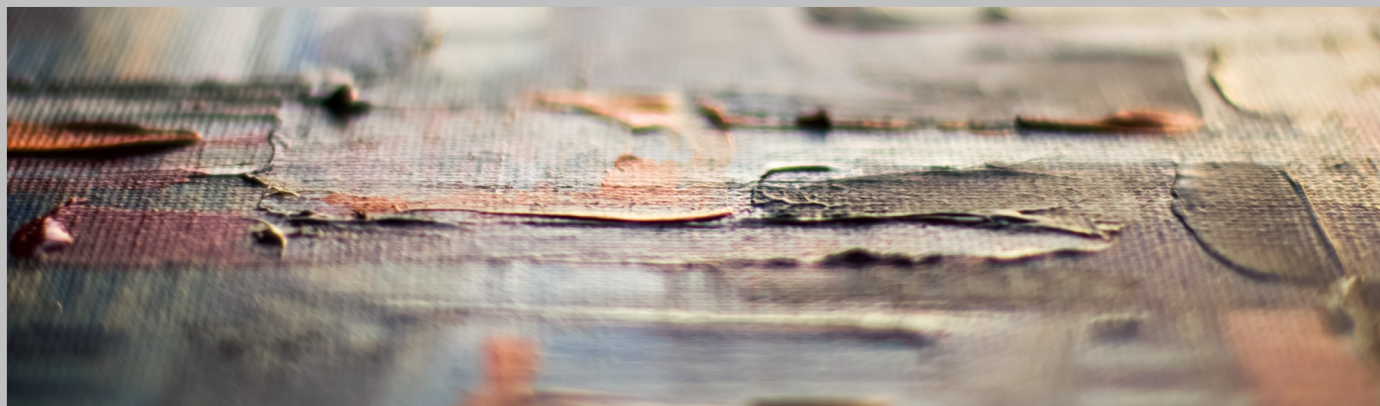


Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου



Ένα **επιχειρηματικό μοντέλο** περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο ένας οργανισμός δημιουργεί, προσφέρει αξία και αμείβεται. Απαντά στο τι προσφέρει η επιχείρηση στους πελάτες της, πως τους προσεγγίζει και δημιουργεί σχέσεις μαζί τους, μέσω ποιων πόρων, δραστηριοτήτων και συνεργασιών επιχειρεί.

Ο **Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου** (Business Model Canvas) ως εργαλείο επιχειρηματικού μοντέλου αναδεικνύει:

- τα **κενά** στην πρόταση αξίας
- τα **ελλείματα** στις χρηματοροές και
- τις **λειτουργικές δυνατότητες** και **αδυναμίες**

Είναι ευέλικτο στις αλλαγές πορείας και κατάλληλο για συμμετοχική δημιουργία.

Η χρήση του **Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου** μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση:

1. Είτε να **επιτύχει σύντομα**, ώστε η δημιουργία θετικών ροών να προηγηθεί της εξάντλησης των διαθέσιμων πόρων
2. Ή να **αποτύχει νωρίς**, ώστε να σταματήσει η ανάλωση πόρων σε μια λάθος κατεύθυνση

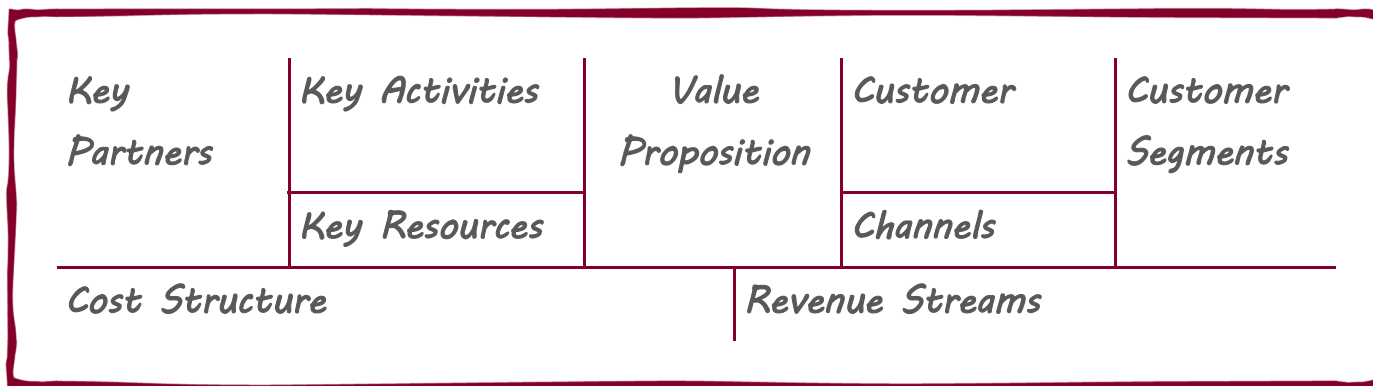
Αυτά άλλωστε, αποτελούν τα **δύο** κεντρικά ζητήματα στην **ανάπτυξη εργασιών μιας επιχείρησης**.

Μπορεί δε να συμβάλει στο να «**σπάσει η παγκόσμια σταθερά**»: οι 9 στις 10 start-ups αποτυγχάνουν(*).

(*) Σύμφωνα με [έρευνα](http://www.cbinsights.com) της CB Insights (www.cbinsights.com) σε επενδυτές και ιδρυτές start-ups προκύπτει ότι το 90% των νεοφυών επιχειρήσεων αποτυγχάνουν, και οι περισσότερες μάλιστα σε πολύ αρχικό στάδιο! Πρώτη αιτία αποτυχίας με 42% η μη ύπαρξη αγοράς για το προϊόν ή την υπηρεσία. Το «κάψιμο» των χρημάτων είναι η δεύτερη αιτία με ποσοστό 29% και η μη κατάλληλη ομάδα, η τρίτη με 23%.



Business Model Canvas



Ανύπαρκτη ανάγκη αγοράς

42% των εταιρειών τοποθετούν προϊόντα σε μια ανύπαρκτη ανάγκη αγοράς .
Ο **Καμβάς** διασφαλίζει πως η επιχειρηματική ιδέα έχει αντίκρισμα, καλύπτει μια υπαρκτή ανάγκη, **ένα κενό της αγοράς**.

Με τα 4 πεδία της «**εξωστρέφειας**» επιτυγχάνεται: ο σωστός **εντοπισμός** των **πελατών** μας (customer segments), η **κατάλληλη λύση** για αυτούς (value proposition), η **μεγιστοποίηση** της **επαφής** μαζί τους (channels) και οι ενέργειες που θα επιτρέψουν τη **διατήρησή** τους (customer relationship).

Εξάντληση πόρων

29% των περιπτώσεων εξαντλούν πρόωρα τους διαθέσιμους πόρους ως αποτέλεσμα του **ατε-λούς υπολογισμού** του «νεκρού σημείου».

Ο **Καμβάς**, μέσω της ανάλυσης και υπολογισμού των πεδίων Revenue Streams και Cost Structure, **αναδεικνύει** τις **ανάγκες** τόσο για το αρχικό κεφάλαιο όσο και για αναγκαίο κεφάλαιο κινήσεως.

Ακατάλληλη ομάδα

23% αποτυγχάνουν λόγω **αδυναμίας σχηματισμού** της κατάλληλης ομάδας.
Η δημιουργία πρότασης αξίας απαιτεί την ανάπτυξη συγκεκριμένων δραστηριοτήτων (key activities), που υλοποιούνται από μέλη της ομάδας (key resources) αλλά και συνεργάτες εκτός της ομάδας (key partners). Αυτή η αλληλουχία προϋποθέσεων του **Καμβά**, εξασφαλίζει ώστε το προϊόν να **τηρήσει** την **υπόσχεση** που δίνει στον πελάτη!

Ο **Καμβάς** μπορεί να χρησιμοποιηθεί από start-up εταιρείες αλλά και για start-up δραστηριότητες ώριμων επιχειρήσεων, ανεξάρτητα από αντικείμενο και μοντέλο marketing που εφαρμόζουν.

Η **P&I** αξιοποιεί ως εργαλεία τον **Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου**, τον **Καμβά Πρότασης Αξίας** και τη **Στρατηγική των Γαλάζιων Ωκεανών** με στόχο την «**επιτυχία σύντομα** ή την **αποτυχία νωρίς!**»