

Affärsmodell – Cirkulär Business Model Canvas

Hur ser affärsmodellen ut i den verksamhet vi vill skapa/utveckla? Kan vi tänka "cirkulärt" för större miljönytta, högre resurseffektivitet och möjligheter till bättre lönsamhet på sikt.

INSTRUKTION

Beskriv affärsmodellen utifrån rubrikerna i Cirkulär Business Model Canvas. Modellen är flexibel. Vi kan börja i olika ändrar, beroende på vilka utgångspunkter vi prioriterar.

Nyföretagaren startar kanske enklast med ERBJUDANDE medan den som vill vidareutveckla en verksamhet, möjligen hellre börjar med just det område som ska förändras.

I varje ruta finns tankeställningar som styr i riktning mot cirkulär ekonomi. Genom att tänka cirkulärt bidrar vi till att synliggöra potentiella lösningar och vinster i ett framtida mer cirkulärt företagande. Därigenom skapar vi möjligheter till ökade intäkter och besparingar samt att investeringar blir mer långsiktiga. Det leder till att företagets varumärke stärks gentemot såväl kunder, medarbetare, leverantörer som finansierare och andra.

Tänk gärna större och framåt! Bästa hjälp av modellen får vi om vi föreställer oss en målbild – det företag vi vill driva när verksamheten har vuxit. Vilka flaskhalsar stöter vi på utmed vägen? Vad skulle hindra oss från att växa ytterligare?

Håll gärna affärsmodellen aktuell! Häng upp den synligt och tillgängligt, så att den enkelt kan uppdateras!

PARTNERS	AKTIVITETER	ERBJUDANDE	KUNDRELATIONER	MÅLGRUPPER
<p>Vilka behöver vi hjälp av för att leverera vårt erbjudande?</p> <ul style="list-style-type: none"> Långsiktiga partners som delar våra cirkulära ambitioner? Leverantörer, tillverkare & återtillverkare? Lokala? Återförsäljare? Bank/finansiering? Branschorganisation? Kollegor i branschen, närliggande branscher, samarbeten, nätverk? Support, administration, IT? 	<p>Vilka aktiviteter krävs för att leverera vårt erbjudande?</p> <ul style="list-style-type: none"> Produktutveckling? Marknadsföring? Försäljning? Utveckla delandeplattform? Återdistribution av produkter? Stimulera cirkulära beteenden (hos kunder, partners, internt)? 	<p>Vad är vårt erbjudande? Vad levererar vi till våra kunder?</p> <p>Vilka behov uppfyller vi och vilket värde skapar vi för kunderna?</p> <ul style="list-style-type: none"> Lösa ett kundproblem? Vilken är kundnyttan? Kundenpassning? Produkt/visualiserad produkt som tjänst/funktion? Återtillverkad/återdistribuerad produkt? Produkt av cirkulär råvara/återtaget material? Tjänst/produkter för reparation/uppgrädering? Produkt från regenerativt jordbruk? Paketeringar av produkter/tjänster Design, varumärke, status, pris? Minska kostnader och risker? Tillgänglighet, bekvämlighet, användbarhet? Delandeplattform? 	<p>Vilken typ av relationer ska vi etablera med våra kunder?</p> <ul style="list-style-type: none"> Hur vill kunden ha kontakt med oss? Personlig el. digital? Hur kan vi behålla kontakten med kunden? Förlängd bortom köpet? Hur kan vi ge support? Återkoppling kring kvalitet och användande? Community, samskapande? 	<p>Vilka är våra kunder? För vem skapar vi värde?</p> <ul style="list-style-type: none"> Vilka är våra viktigaste kunder? Vilka vill vi helst vända oss till? Vad utmärker de olika kundgrupperna? (Privat/företag/offentlig, ålder, kön, intressen, geografi, andra väsentliga skillnader?) Köpare/användare av cirkulär produkt/tjänst/funktion? Köpare av restflöden/återtaget material?
	RESURSER		KANALER	
	<p>Vilka resurser krävs för att leverera vårt erbjudande?</p> <ul style="list-style-type: none"> Mänskliga, verktyg, maskiner, pengar, samarbeten... Cirkulära material/komponenter? Lokala miljöer? Digitala plattformar? • Varumärkesbärare? Restflöden, biprodukter? Tillgångar med låg nyttjandegrad? Återleverans av produkter? • Mark för regenerativt brukande? Tid? 		<p>Genom vilka kanaler vill våra kunder bli nådda?</p> <p>Hur vill vi nå dem?</p> <ul style="list-style-type: none"> Vilka är de viktigaste och mest effektiva kanalerna? Hur skall leveranserna ske? Via vilka kanaler kan vi ha kontakt med kunderna efter leverans? Take-back-systems, incitement (panter/rabatter)? 	
KOSTNADER		INTÄKTER		
<p>Hur är våra kostnader fördelade? Vilka aktiviteter och resurser är dyrast?</p> <ul style="list-style-type: none"> Vilka kostnader har vi för att affärsmodellen skall fungera? • Fasta kostnader/rörliga kostnader? Kan vi investera långsiktigt – för strategisk utveckling/för att regenerera naturliga system/lokala miljöer? • Vilka kostnader minskas/elimineras genom cirkulärt förhållningssätt/utveckling? 		<p>Vad är våra kunder villiga att betala för? Hur och när sker betalningar?</p> <ul style="list-style-type: none"> Hur får du in pengar? Prissättning? • Engångsintäkter eller återkommande intäkter? Pris per styck/per timme/per användning (pay per use) eller hyra/leasing/abonnemang/prenumeration? Fasta priser? Förhandling? Beroende på prestation? Provision? Intäkter från cirkulär produkt/restflöden? 		
–	PÅVERKAN	+		
<p>Leder affärsmodellen till negativ påverkan för omvärld, miljö och samhälle? ></p> <p>Vilka aktiviteter kan göras för att minska negativ påverkan? ></p> <p>Riskerar negativ påverkan att skada varumärke och kundrelationer? ></p>	<p>< Vilken påverkan har affärsmodellen på omvärld och samhälle? ></p>	<p>< Leder affärsmodellen till positiv påverkan på omvärld, miljö och samhälle? <</p> <p>Hur kan affärsmodellen bidra till ytterligare positiv påverkan? <</p> <p>Vilket värde tillför vår positiva påverkan till varumärke, kundrelationer och partners? <</p>		

Business Model Canvas är ett tipsat verktyg som ursprungligen skapades av Alexander Osterwalder på Strategiser. Bearbetning av NyföretagarCentrum Skaraborg 2021 (www.nyfforetagarcentrum.se/skaraborg).

