



---

# LIFESTYLE OF BUSINESS

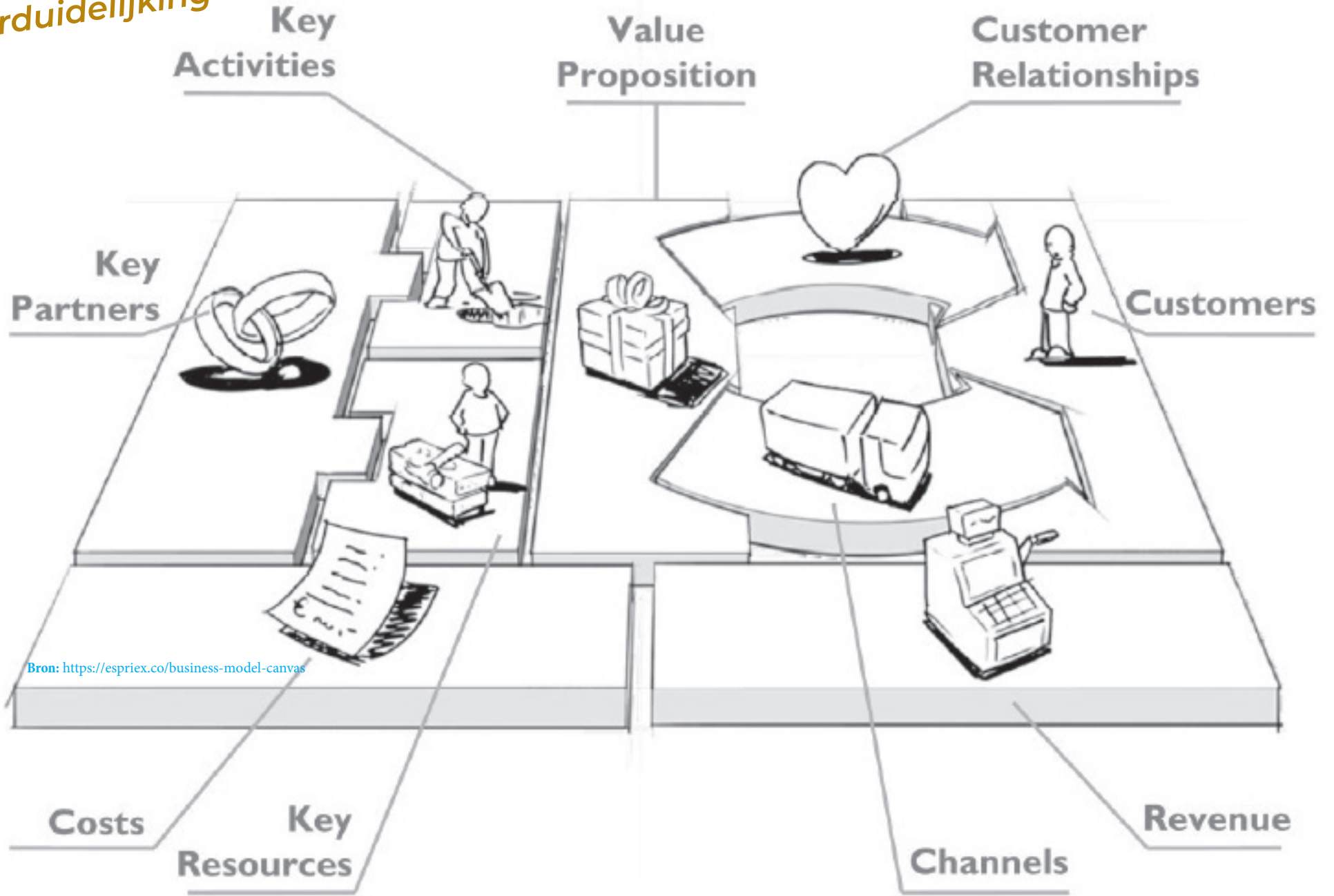
WHERE HARD WORK DOES LEAD TO FREEDOM

BUSINESS MODEL CANVAS

<b>Strategische Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie zijn onze Sleutel Partners?</li> <li>• Wie zijn onze Sleutel Leveranciers?</li> <li>• Welke belangrijke hulpbronnen halen we bij onze partners?</li> <li>• Welke kernactiviteiten voeren onze partners uit?</li> </ul>	<b>Kernactiviteiten</b> <p>Welke Kernactiviteiten zijn nodig als het gaat om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onze waardepropositie?</li> <li>• Onze distributiekkanalen?</li> <li>• Onze klantrelaties?</li> <li>• Onze inkomstenstromen?</li> </ul>	<b>Waarde Propositie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welke waarde leveren we aan de klant?</li> <li>• Welke problemen helpen we oplossen?</li> <li>• In welke behoefte voorzien we?</li> <li>• Welke producten en diensten bieden we aan?</li> </ul> <p><i>Gebruik het Waarde Propositie Canvas om dit punt in te vullen.</i></p> <p><i>Schrijf hier alleen een korte samenvatting in 1 of 2 zinnen.</i></p>	<b>Klantrelaties</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat voor relatie mag elke klantsegment van ons verwachten?</li> <li>• Welke klantrelaties zijn we al aangegaan?</li> <li>• Hoe zijn deze geïntegreerd in het businessmodel?</li> <li>• Wat zijn de kosten die hierbij horen?</li> </ul>	<b>Klantprofiel(en)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor wie creëren we waarde?</li> <li>• Wie zijn onze belangrijkste klanten?</li> </ul>
	<b>Mensen &amp; Middelen</b> <p>Welke hulpbronnen (<i>mensen &amp; middelen</i>) zijn nodig als het gaat om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onze waardepropositie?</li> <li>• Onze distributiekkanalen?</li> <li>• Onze klantrelaties?</li> <li>• Onze inkomstenstromen?</li> </ul>		<b>Kanalen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Op welke kanalen zijn onze klanten te vinden?</li> <li>• Hoe bereiken we klanten nu?</li> <li>• Welke kanalen werken goed?</li> <li>• Welke zijn het meest kostenefficiënt?</li> <li>• Hoe integreren we alle kanalen in onze processen?</li> </ul>	
<b>Kostenstructuur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wat zijn de belangrijkste kosten van ons businessmodel?</li> <li>• Welke mensen en middelen zijn het duurst?</li> <li>• Welke kernactiviteiten zijn het duurst?</li> </ul>		<b>Inkomstenstromen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor welke waarde zijn onze klanten echt bereid te betalen?</li> <li>• Voor wat betalen ze op dit moment?</li> <li>• Hoe betalen ze op dit moment?</li> <li>• Hoe zouden ze het liefst betalen?</li> <li>• Hoeveel draagt elke inkomstenstroom bij aan de totale inkomsten?</li> </ul>		



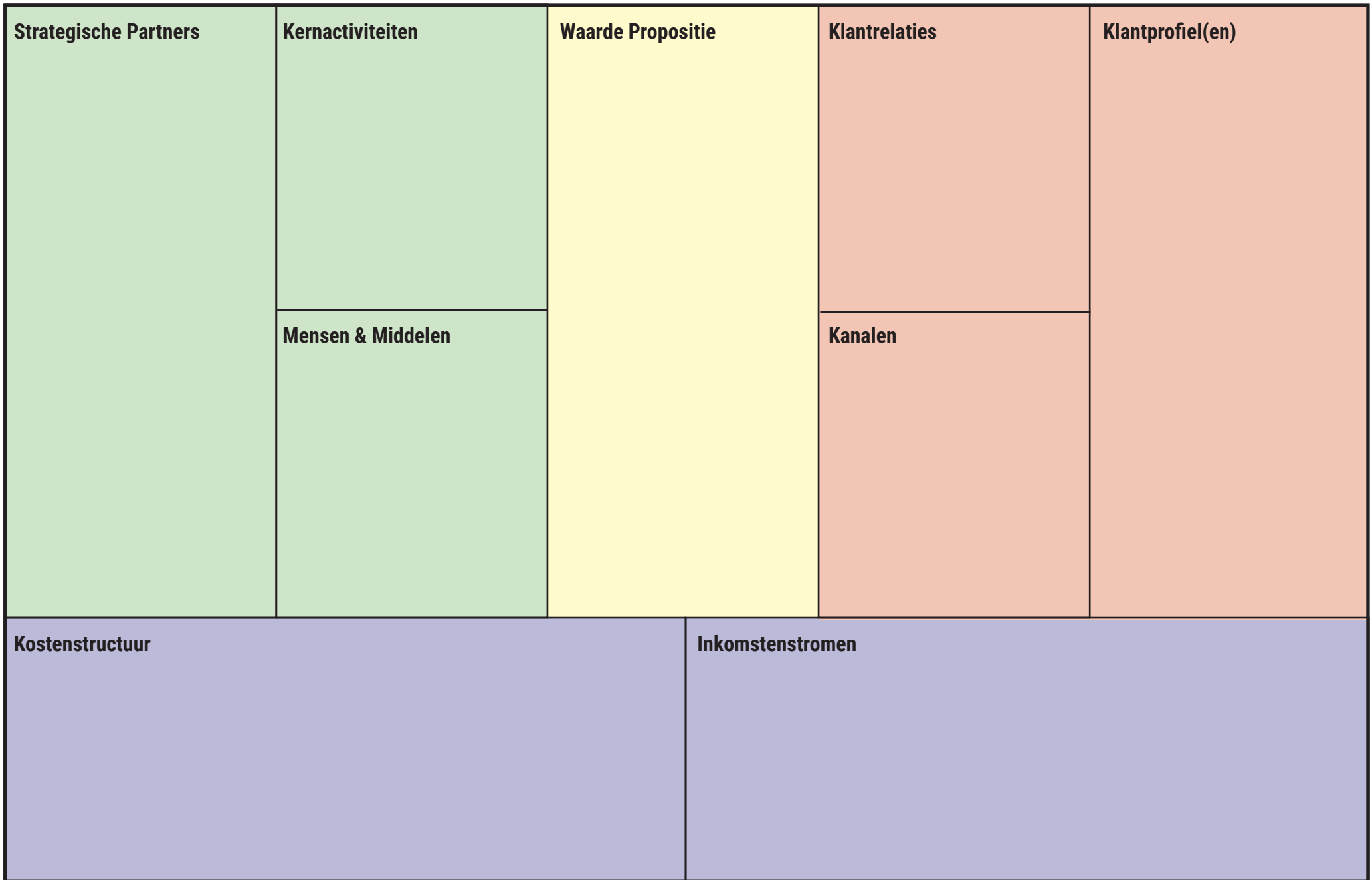
Beeldend Voorbeeld  
ter verduidelijking



Bron: <https://espriex.co/business-model-canvas>

drawings by JAM



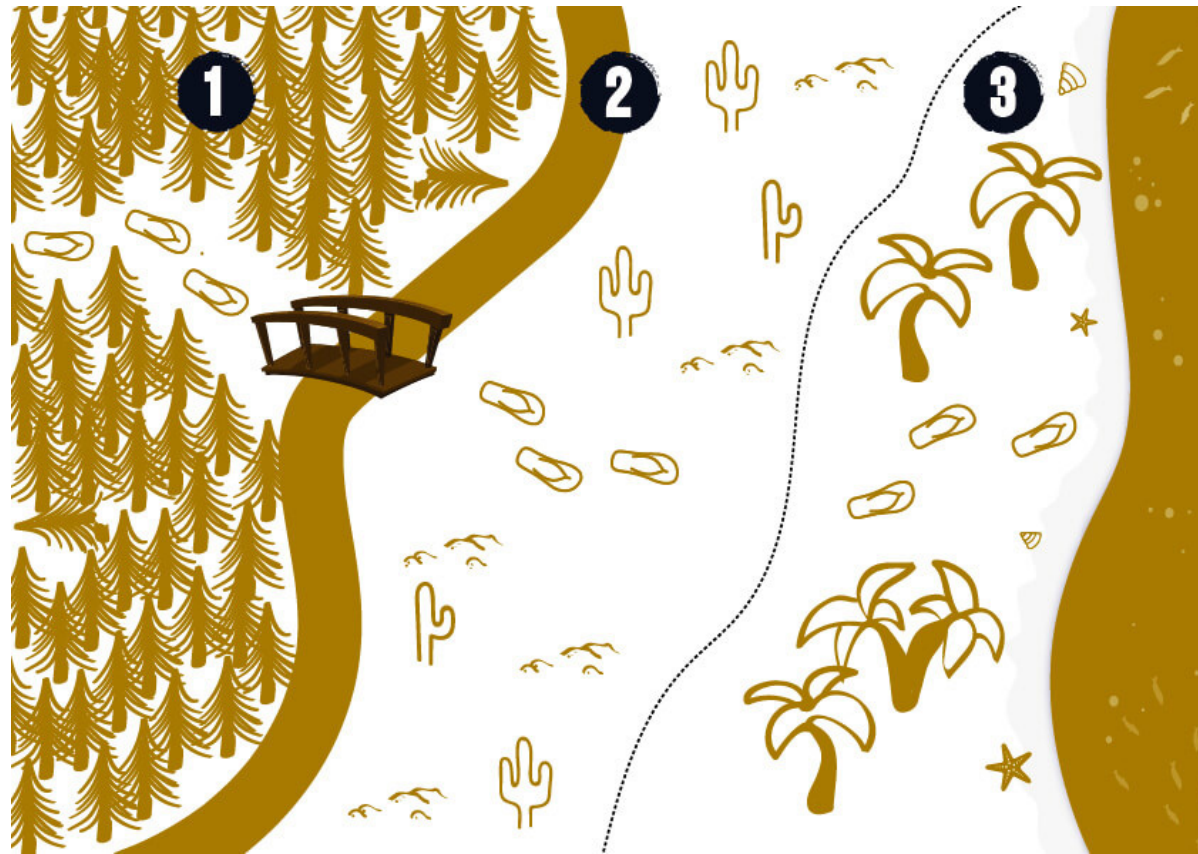


## Wil jij doorgroeien van de Vakman naar de Leider in je bedrijf?

Heel eerlijk, dan gaat alleen het Business Model Canvas niet genoeg zijn. Als serieuze ondernemer snap je dat alleen dit sheet invullen niet voldoende is om jezelf als ondernemer en jouw bedrijf verder te laten groeien.

Wil je dit BMC sheet en alle andere elementen van ondernemen toepassen in de praktijk?

Dan is **MBA op Slippers** - *van Vakman naar Leider* de perfecte vervolgstap voor je. [Klik hier](#) of op de button hieronder en ontdek wat MBA op Slippers jou gaat opleveren.



ALLES OVER MBA OP SLIPPERS

