



<p>Key Partners</p> <p>Welke samenwerkingspartners zijn belangrijk en lastig te vervangen?</p> <p>MOTIVATIE VOOR PARTNERSHIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimalisatie - Schaalvergroting - Risicovermindering - Toegang tot key resources - Toegang tot key activiteiten - Toegang tot netwerk - Image <p>SOORTEN PARTNERSHIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategische samenwerking met (niet-) concurrenten - Joint ventures - Leverancier (buyer-supplier) <p>- wat?</p> <p>- hoe?</p> <p>- waarom?</p> <p><i>Klanten, belanghebbenden en stakeholders kunnen ook potentiële Key partners zijn.</i></p>	<p>Kern Activiteiten</p> <p>Wat zijn de belangrijkste bezigheden voor onze onderneming/ organisatie?</p> <p>SOORTEN ACTIVITEITEN</p> <p>Productie/ realisatie (producten, diensten, campagnes, events), Problemen oplossen, Platform/Netwerk, R&D, Organisatie, Management, Logistiek, Marketing, PR, Sales, Training, Advies, Reizen, Fundraising, Funding etc.</p>	<p>Waardepropositie(s)</p> <p>Wat is de missie? (hoger doel, impact op langere termijn)</p> <p>Welke specifieke waarden leveren we met onze producten, diensten of projecten aan elk klant-, belanghebbende- of stakeholdersegment?</p> <p>FUNCTIONELE, KWALITATIEVE EN KWANTITATIEVE ASPECTEN, BIJVOORBEELD:</p> <p>Getting the Job Done/ functionaliteit, Prestaties, Expertise, Custom made, Beleving, Merk, Status, Image, Nieuwheid, Partnership, Prijs, Kostenvermindering, Risicovermindering, Toegankelijkheid, Gemak, Service, Extra's etc.</p> <p>SOCIALE IMPACT</p> <p>Inkomen, Gezondheid, Onderwijs, Hygiëne, Huisvesting, Welzijn, Gelijkheid, Kansen, (Re)integratie, Vrede, Werk, Empowerment, Bewustwording, Landbouw, Economie, Business, Ondernemerschap, Heropbouw, Opvang, Weerbaarheid, Vrouwen, Kinderen etc.</p> <p>MILIEU IMPACT</p> <p>Vervuiling, Energie, Klimaat, Grond, Water, Landbouw, Veeteelt, Voedsel, Biodiversiteit, Cradle to cradle, Recycling etc.</p> <p><i>NB Waardepropositie is het totale pakket dat inspeelt op jobs, pains & gains; problemen, behoeften & wensen.</i></p>	<p>Relaties </p> <p>Welke soorten relaties onderhouden we met klanten, belanghebbenden en stakeholders?</p> <p>SOORTEN RELATIES</p> <p>Persoonlijk: service, hulp, advies, informatie op maat, chat functie, Co-creatie, Training</p> <p>Onpersoonlijk: standaard via Website, Online communities, Mailings, Algemene terugkoppeling (evaluatie, verantwoording) etc.</p>	<p>Segmenten: Klanten, Belanghebbenden & Stakeholders</p> <p>Wie zijn onze belangrijkste () klanten, groepen belanghebbenden en stakeholders? (Voor wie creëren we waarde?)</p> <p>Op welke specifieke problemen, behoeften of wensen richten we ons?</p> <p>KLANTEN/BELANGHEBBENDEN/STAKEHOLDERS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gebruikers, deelnemers, klanten - Achterban - Vrijwilligers - Overheden - Maatschappelijke instituties (o.a. bedrijven, organisaties, verenigingen, onderwijs, gezondheidszorg, branches) - Politiek - Donors, filantropen, sponsors, subsidieverstrekkers, fondsen, investeerders, banken - Samenwerkingspartners etc. <p>BETROKKENEN BINNEN SEGMENTEN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beslissers 2. 'Economic buyers' 3. Adviseurs 4. Beïnvloeders 5. Eindgebruikers/ klanten
<p>Key Resources</p> <p>Wat zijn de noodzakelijke middelen voor onze onderneming/ organisatie?</p> <p>SOORTEN MIDDELEN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fysiek (gebouw, machine, auto, site) - Menselijk (personeel, vrijwilligers, kennis, kunde, ervaring) - Intellectueel eigendom (concept, technologie, merk, octrooi, data etc.) - Financieel (cash, lening, investering, donaties, subsidies) 		<p>Kanalen </p> <p>Via welke kanalen bereiken we onze klanten, belanghebbenden en stakeholders?</p> <p>KANALEN (DIRECT - INDIRECT)</p> <p>media, reclame, acties, netwerk, partners, verkopers, winkels, website, uitvoering etc.</p> <p>FASES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bewustwording 2. Evaluatie vóór aankoop 3. Aankoop, Donatie, Financiering 4. Levering, Uitvoering 5. Evaluation achteraf, Follow up 		
<p>Kostenstructuur</p> <p>Wat zijn de belangrijkste kosten voor onze onderneming/ organisatie?</p> <p>Hoe kunnen we besparen of verminderen?</p> <p>ONDERWERPEN Vaste en variabele kosten, Samenwerking, Schaalbaarheid</p>		<p>Inkomstenstromen</p> <p>Hoeveel geld wordt er ontvangen voor elk product, dienst of project?</p> <p>Hoe komt het geld binnen?</p> <p>Verkoop, Lening, Investering, Donatie, Subsidie, Abonnement, Verhuur etc.</p>		
<p>Maatschappelijke nadelen (negatieve impact)</p> <p>Welke maatschappelijke nadelen (social impact of milieu) levert product, dienst of project op? Hoe zijn de negatieve financiële en niet-financiële effecten meetbaar?</p>		<p>Maatschappelijke voordelen (positieve impact)</p> <p>Welke maatschappelijke voordelen (sociale en/of milieu impact) levert product, dienst of project op? Hoe zijn de positieve financiële en niet-financiële effecten meetbaar?</p>		