

# CANVAS model

Před realizací každého projektu je zapotřebí vytvořit alespoň orientační plán. Jedná se o zjednodušený popis daného podnikatelského nápadu, který nám pomáhá v bodech definovat základní složky našeho projektu, případně rychle vytvářet jeho varianty. Canvas model slouží k tomu, aby byl náš plán už od počátku co nejrychlejší a nejefektivnější. Canvas je plátno, na které se zaznamenávají nejdůležitější informace a vytvoří se tak přehledný vizualizovaný podnikatelský plán. Vzhledem k omezené velikosti nám umožní soustředit se pouze na ty nejdůležitější a nejpodstatnější body a lépe cílit na potřeby zákazníků.

*Canvas model tedy díky své jednoduchosti, výstižnosti a praktičnosti pomůže utřídit myšlenky a dát své vizi konkrétnější podobu.*

K nejznámějším Canvas modelům patří **Obchodní model Canvas (Business Model Canvas)** a **Lean Canvas**.

## 1. Obchodní model Canvas (Business Model Canvas)

Je to návrh obchodního modelu, který se může použít na svoji firmu a nebo na jedno konkrétní oddělení, divizi, tým, cokoliv. **Zpracovává se do jedné tabulky velikosti A4.**

Ke grafickému znázornění modelu slouží tzv. **plátno (Canvas)**. Je to prázdná **šablona**, do které se zaznamenávají informace. Šablona umožní nastavit službu tak, aby splňovala všechny požadavky uživatele s ohledem na finanční či personální zázemí instituce.

Graficky se znázorňují jednotlivé prvky modelu, jejich provázanost a kombinace při popisu stávajících stavů nebo návrhu inovací v této oblasti. Popisuje se nastavení firmy, projektu nebo výrobku z pohledu **devíti hlavních oblastí (kamenů)**, přičemž v centru každého modelu stojí hodnota vytvářená pro zákazníky.

*Obchodní model Canvas zohledňuje potřeby zákazníka a poskytovanou hodnotu včetně způsobů logistiky těchto hodnot směrem k nim. Popisuje potřebné zdroje, činnosti a partnerství potřebná pro poskytování hodnot a v dolní části pak přidává ještě finanční stránku business modelu.*


### Výhody:

- klade důraz na obchodní model služby.
- dokáže popsát, jaké výhody vaše služba uživateli přinese.
- jasně stanoví, které činnosti pomáhají firmě vydělávat peníze.
- získá se kompletní přehled o všech prvcích aktuálně nastaveného systému na jednom místě.
- možnost diskuze a prezentace byznys modelu prostřednictvím jednoho listu papíru.

### Nevýhody:

- nehodí se, když není jasná představa o budoucí podobě služby.
- nehodí se, když v týmu není shoda o strategických cílech.


Plátno – prázdna šablona:



## Plátno byznys modelu

<b>Kľúčová partnerstvá</b>	<b>Kľúčové činnosti</b>	<b>Poskytovaná hodnota</b>	<b>Vzťahy se zákazníci</b>	<b>Zákaznícké segmenty</b>
	<b>Kľúčové zdroje</b>		<b>Distribuční kanály</b>	
<b>Struktúra nákladů</b>			<b>Zdroje příjmů</b>	

Adaptováno podle Osterwaldera (2010)

© Libor Friedel


Příklad plátna s vyplněnou šablonou:

### ALIBABA – B2B

#### The Business Model Canvas

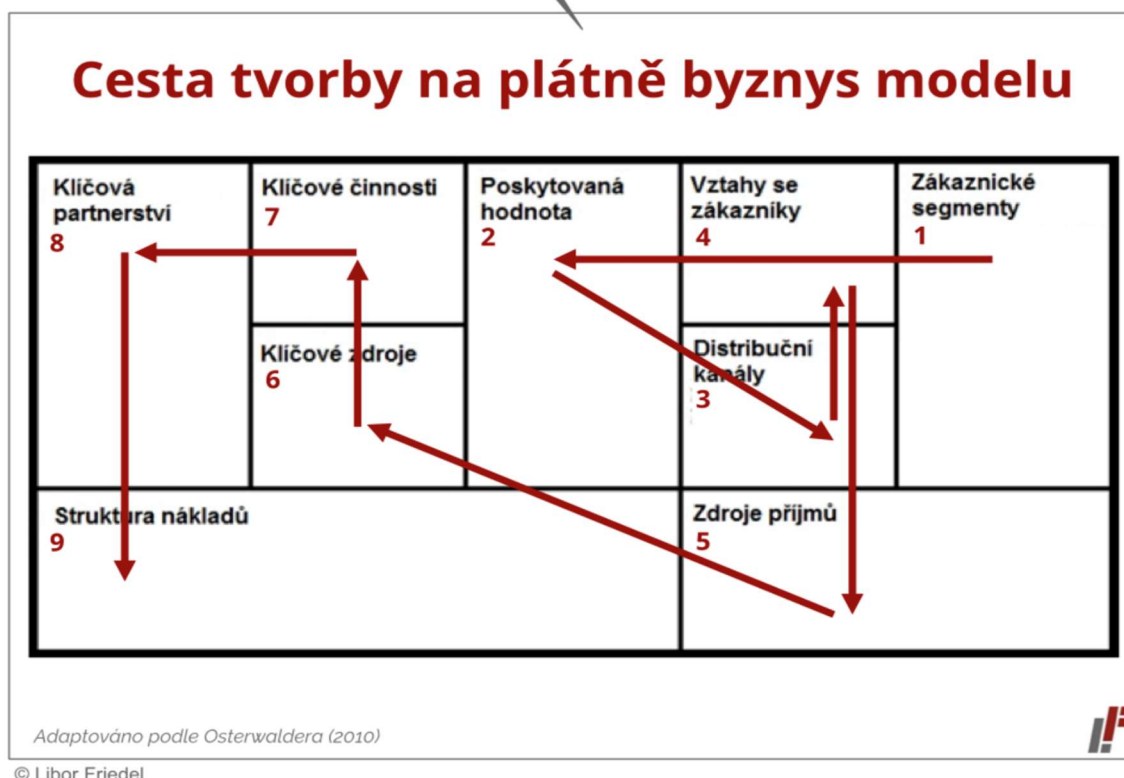
Designed for: WANDERER CAPITAL  
 Designed by: MICHAELA KRALOVICOVA  
 Date: 10/2019  
 Version: 1

<b>Key Partners</b> ŠIROKÁ SIŤ VÝROBCOV A DISTRIBÚTOROV FINANČNÉ INŠTITÚCIE UMOŽŇUJÚCE SPROCESOVANIE PLATIEB KARTOU INŠPEKČNÉ AGENTÚRY VLAĐDNE ORGAŇY V ČÍNE	<b>Key Activities</b> * ZERO DEFECT PLATFORMA SPAJAJÚCA IMPORTÉROV Z CELEHO SVETA S EXPORTÉRMÍ Z ÁŽIE * CHAT, VYROVNÁVANIE PLATIEB, OCHRANA KUPUJÚCEHO ZADRŽANÍM PLATBY	<b>Key Resources</b> INFRAŠTRUKTÚRA INTEGRÁCIA PLATFORMY S ĎALŠÍMI AKTIVITAMI SPOLOČNOSTI ALIBABA DOSTATOK FINANČNÝCH PROSTRIEDKOV NA RAST AKVIZÍCIAMI Kľúčovi zamestnanci (za líta)	<b>Value Propositions</b> ULÁHCENIE ORIENTÁCIE NA ÁŽIJSKOM TRHU ZYEDNODUŠENIE NAKUPU → od spĺňajúceho dodávateľa, cez komunikáciu, myšľer dodávateľa, platbu, prepravnú a sghodnotenie transakcie. Ponuka minero groy - zomf mullerín - ODSTRÁNENIE JAZYKOVÝCH BARIÉR	<b>Customer Relationships</b> * AUTOMATIZOVANÝ PROCEŠ S MOŽNOSŤOU OBRÁTIŤ SA NA ZÁKAZNÍCKU PODPORU * ZÁKAZNÍCI HODNOTIA SPOKOJNOSŤ S NAKUPOM, KOMUNIKÁCIU S DODÁVATEĽOM...	<b>Customer Segments</b> B2B ↓ podľa produkčných kategórií
<b>Cost Structure</b> WEB, PROGRAMOVANIE, CLOUD A BEZPROBLEMOVÝ CHOD PLATFORMY (RIEŠENIE NEGATÍVNEHO FEEDBACKU SPOROV) REKLAMA ZAMESTNANCI ODSTRÁNENIE A ROZODKŇAVANIE FALŠOVANÝCH PRODUKTOV INŠPEKcie A OVEROVANIE FIRIEM (DODÁVATEĽOV)			<b>Revenue Streams</b> PROVÍZIE Z PRIAMEHO PREDAJA ČEZ PLATFORMU PREMIUM GOLD SUPPLIER MEMBERSHIP ← extra prísloha REKLAMY NA PLATFORME		

## Hlavní oblasti (kameny):

Zákaznické segmenty (Customer Segments)  
Poskytovaná hodnota (Value Proposition)  
Distribuční kanály (Channels)  
Vztahy se zákazníky (Customer Relationships)  
Zdroje příjmů (Revenue Streams)  
Klíčové zdroje (Key resources)  
Klíčové činnosti (Key activities)  
Klíčová partnerství (Key Partnerships)  
Struktura nákladů (Cost Structure)

## Postup tvorby:



1. Promyslete si a ujasněte váš nápad a cíl. Zaměřte se na to, kdo jsou vaši zákazníci a definujte **Zákaznické segmenty (Customer Segments)**.
2. Poté pokračujte s definováním toho, co zákazníkům či uživatelům nabízíte - **Poskytovaná hodnota (Value Proposition)**.
3. Sepište kanály a kontaktní místa, prostřednictvím kterých budete službu doručovat zákazníkům - **Distribuční kanály (Channels)**.
4. Zaměřte se i na **Vztahy se zákazníky (Customer Relationships)**.
5. To vám pomůže určit i toky příjmů - **Zdroje příjmů (Revenue Streams)**.
6. Zamyslete se nad klíčovými zdroji nezbytnými pro poskytování služby - **Klíčové zdroje (Key resources)**.
7. A zamyslete se také nad vašimi souvisejícími aktivitami - **Klíčové činnosti (Key activities)**.
8. V této chvíli byste měli mít jasno i v tom, jaké potřebujete hlavní partnery - **Klíčová partnerství (Key Partnerships)**.
9. Naposled si nechte soupis výdajů spojených s poskytováním služby **Struktura nákladů (Cost Structure)**. O obchodním modelu diskutujte v týmu, revidujte a neustále jej testujte.

## 2. Lean Canvas:

Lean Canvas se používá pro prezentaci nových podnikatelských záměrů. Ukazuje všechny hlavní parametry celého projektu najednou a vejde se na jednu stránku A4. Jedná se o **upravený** Obchodní model Canvas (Business Model Canvas). Hlavním cílem je co největší akceschopnost. Princip je orientovaný především na podnikatele. Má zachytit nejvíce nejisté a nejriskantnější oblasti, které jsou nejčastějším důvodem neúspěchu nových podniků. Z tohoto důvodu se z obchodního modelu **vyřadily 4 stavební části** „Klíčový partneři, Klíčové zdroje, Klíčové činnosti, Vztahy se zákazníky“ a **nahradily se novými** „Problém (Problem), Řešení (Solution), Klíčové metriky (Key Metrics), Neférová výhoda (Unfair Advantage)“.

*Oba Canvas modely mají velmi podobnou strukturu, slouží ke stejnému účelu a způsob práce s nimi je stejný. Lean Canvas oproti Business Modelu vyniká jednoduchostí a snadnou upravitelností. Lean Canvas je určen od počátku k tomu, aby byl přepracován, zatímco Business Model nepočítá s příliš častými úpravami, jeho přepracování by bylo o poznání náročnější, jelikož je i detailněji plánován.*

### Výhody:

- Lean Canvas oproti Business Modelu vyniká jednoduchostí a snadnou upravitelností.
- Hodí se do dynamického prostředí, kde se musí plán pravidelně přizpůsobovat např. pro jednodušší nezralé projekty jako startupy.
- Hodí se pro projekty s vysokým rizikem.

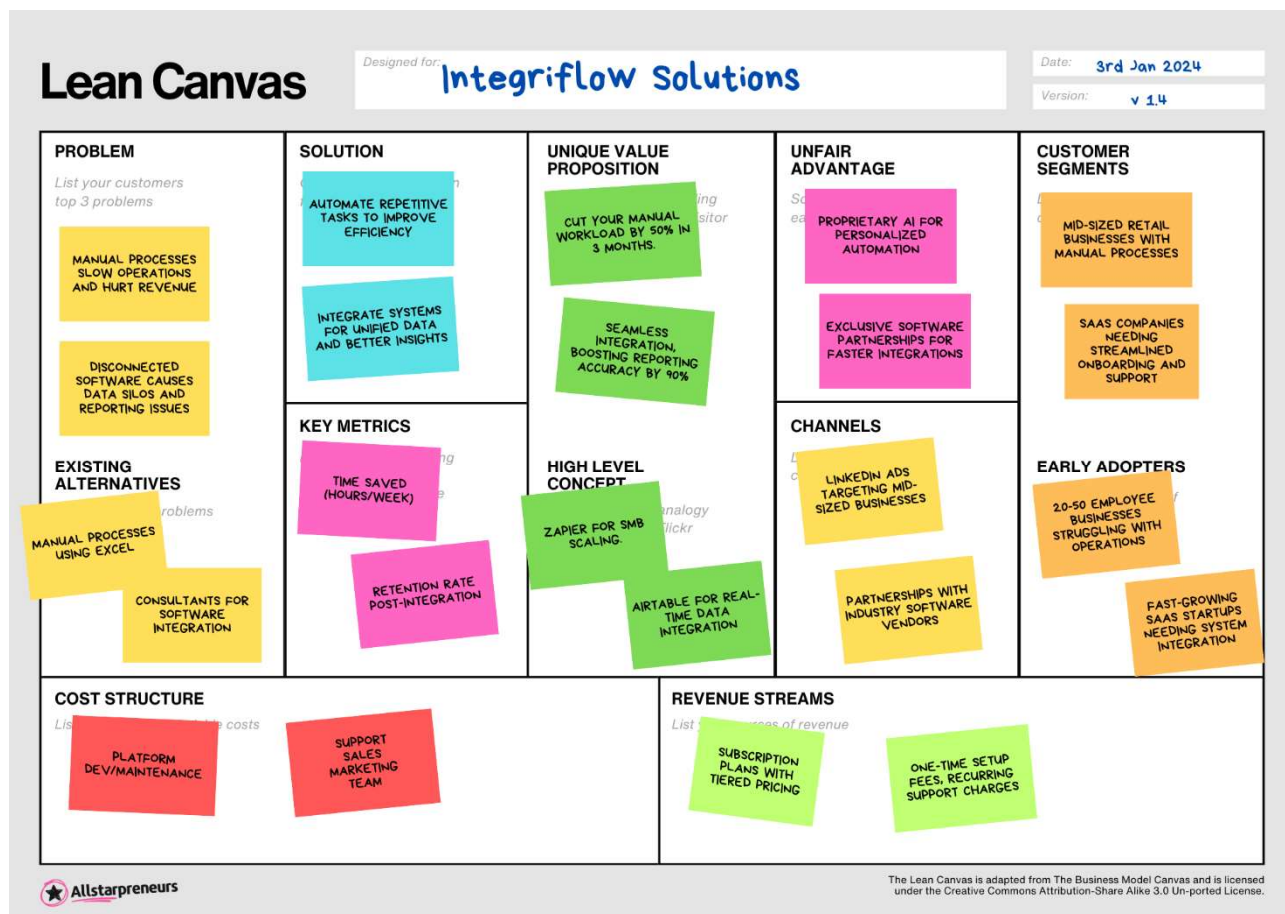
### Nevýhody:

- Není vhodný pro již existující firmy se stabilnějším, méně dynamickým prostředím.
- Nehodí se na velké projekty.

### Plátno – prázdná šablona Lean Canvas vs Business Model Canvas:

<del>KEY PARTNERS</del>  <b>PROBLEM</b>	<del>KEY ACTIVITIES</del>  <b>SOLUTION</b>	VALUE PROPOSITIONS	<del>CUSTOMER RELATIONSHIPS</del>  <b>UNFAIR ADVANTAGE</b>	CUSTOMER SEGMENTS
	<del>KEY RESOURCES</del>  <b>KEY METRICS</b>		CHANNELS	
COST STRUCTURE		REVENUE STREAMS		

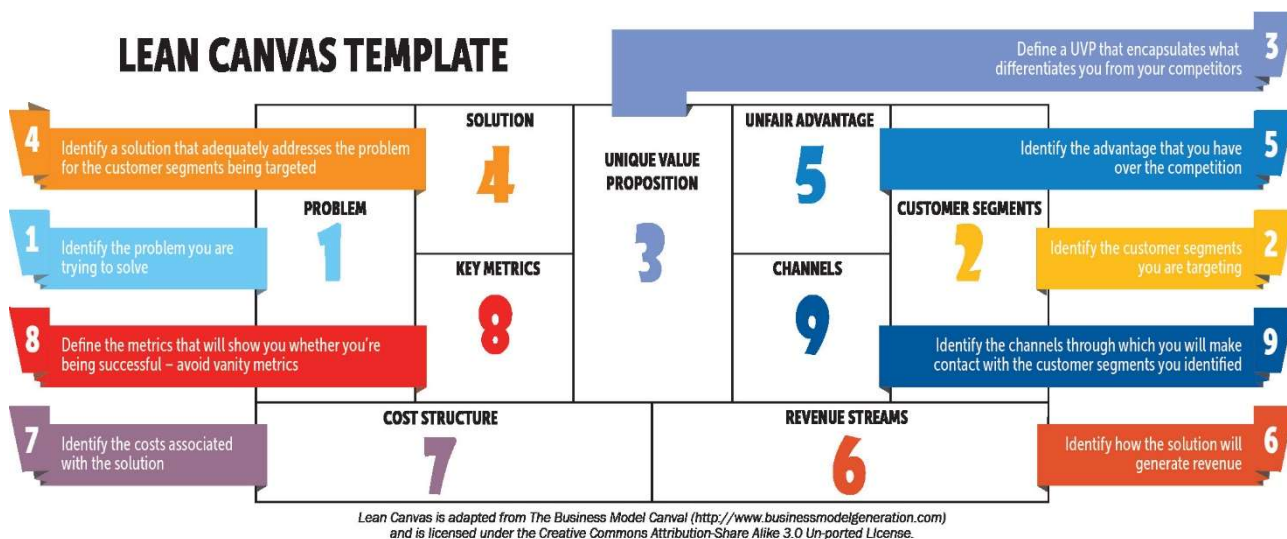
Příklad plátna s vyplněnou šablonou:



Hlavní oblasti (kameny):

Zákaznické segmenty (Customer Segments) + První vlašťovky (Early Adopters)  
Poskytovaná hodnota (Value Proposition) + Srozumitelný opis (High Level Concept)  
Distribuční kanály (Channels)  
Neférová výhoda (Unfair Advantage) + High Level Concept  
Zdroje příjmů (Revenue Streams)  
Klíčové metriky (Key Metrics)  
Řešení (Solution)  
Problém (Problem) + Existující alternativy (Existing alternatives)  
Struktura nákladů (Cost Structure)

## Postup tvorby:



Nejprve se zaměřte na **zákazníky** a uživatele.

Popište:

- kdo jsou (zákazníci jsou ti, kteří platí a nemusí se jednat vždy i o vaše uživatele),
- **problémy**, se kterými se potýkají.

Přesuňte se k vašemu **řešení**.

Popište:

- jaká je vaše **unikátní nabídka**, jakou hodnotu přinášíte zákazníkům,
- jakým způsobem **naceníte** vaši službu či produkt,
- jakými **cestami** se budete dostávat k zákazníkům.

Dále vypište:

- **indikátory**, díky nimž budete schopni určit úspěšnost projektu,
- **strukturu nákladů** (stačí v hrubé podobě).

Odpovězte na otázku, v čem je vaše konkurenční **výhoda** (co od vás ostatní nemohou snadno okopírovat).