

1. Què és el Business Model Canvas

El Canvas et permetrà tenir una visió global del teu projecte. Podràs identificar les característiques essencials del negoci, tenir un punt de partida des d'on idear noves estratègies i detectar els punts febles per fer-lo més rendible.

2. Els 9 elements del Canvas

La metodologia es basa a emplenar la informació de 9 camps diferents, relatius al negoci que vols crear:










- **Associacions clau:** es tracta de les aliances que crees amb els proveïdors, els socis i sòcies i fins i tot altres empreses. A vegades hi ha la possibilitat de dur a terme algunes activitats clau o bé d'aconseguir alguns recursos o bé d'accedir als segments de clients de forma molt més ràpida i efectiva gràcies a l'ajuda de terceres parts. Aquestes terceres parts són les que anotaràs en aquest bloc.
- **Activitats clau:** comprèn les accions més importants perquè el model de negoci funcioni. Inclou la producció, la solució de problemes i les plataformes. Fa referència a les tasques que cal fer per dur a terme la proposta de valor. No caiguis en l'error d'enumerar els productes i serveis que ofereixes. Aquest apartat és de gestió interna. Les tasques a fer poden ser diferents segons el moment en què es trobi l'empresa i poden ser a realitzar un sol cop o bé recurrents.
- **Recursos clau:** són aquells actius necessaris per dur a terme la teva activitat. Poden ser recursos físics, econòmics, intel·lectuals i humans. Enumera els elements que la teva empresa necessita per funcionar. Poden ser de tipologies diferents: immaterial (coneixement, marca, software), material (local, vehicles, maquinària, hardware, material per a la venda), personal (persones col·laboradores internes i/o externes) i financers. En aquest apartat cal que tinguis també en compte els elements que són diferencials del teu negoci respecte de la competència.
- **Proposta de valor:** és el conjunt de productes i serveis que satisfan les necessitats d'un públic específic i et diferenciï de la competència. En aquest apartat cal que explicitis quina necessitat cobreix la teva activitat o quin problema resol. Per això cal treballar-lo des del punt de vista del client. Cal que et preguntis "Què em compra el client?"

- **Relacions amb els clients:** es tracta de la manera en què et relaciones amb el públic. Pots establir una relació personal o automatitzar-la, per exemple. Aquest punt fa referència als mecanismes que estableixes per contactar amb la clientela o bé perquè aquesta contacti amb el teu negoci. Pregunta't "si una persona vol contactar amb l'empresa, com ho pot fer?"
- **Canals:** com es pot obtenir el teu producte o servei? Els canals són la via de comunicació, distribució i venda del producte o servei a les persones usuàries. Aquest bloc consta de dos subapartats. El primer fa referència a la visibilitat de l'empresa. En aquest punt cal que defineixis per quins canals la clientela sabrà de l'existència del teu negoci, de les seves novetats, dels productes/serveis que ofereixes.

El segon subapartat del bloc "Canals" defineix com arriba el producte/servei a la persona que l'adquireix. Molts serveis poden arribar de forma presencial o bé online. En el cas de productes, també poden arribar de forma presencial o bé mitjançant una empresa de logística o un servei a domicili si la compra és online

- **Segments de mercat:** es tracta del client objectiu del teu negoci, les persones, empreses o d'altres a qui dirigeixes la teva activitat empresarial. Cal definir les diferents tipologies de clients a qui adreces la teva proposta de valor. Els pots definir per característiques personals, socials, d'aficions...
- **Estructura de costos:** quins costos implica posar en marxa i mantenir el teu negoci? Valorant els costos sabràs quant has de vendre per obtenir beneficis. Tota l'organització necessària per arribar als segments de clients, realitzar la proposta de valor, mantenir els recursos clau i realitzar les tasques clau comporta unes despeses. Cal que enumeris les principals. En el cas de la botiga de pa artesà i ecològic l'estructura de despeses estaria formada pel lloguer del local, la compra de material, els sous i les cotitzacions de les persones que hi treballen, l'assegurança, les despeses de desplaçament o bé de l'empresa de paqueteria, els interessos del finançament, les amortitzacions de la inversió.
- **Fonts d'ingressos:** és important definir com generar recursos amb el teu negoci. L'empresa ha de ser rendible però també competitiva. Cal que defineixis els tipus d'ingressos que rebràs de la clientela. Les fonts d'ingressos poden ser de tipus individual (servei a servei, producte a producte), recurrent (per exemple, per quotes mensuals) i passives (el cas més habitual és el de l'autoria de llibres, on la persona que l'escriu fa la feina un cop i rep ingressos durant tota la vida del llibre).

3. Com emplenar la plantilla del Canvas

Associacions clau 	Activitats clau 	Proposta de valor 	Relacions amb clients 	Segments de mercat 
	Recursos clau 		Canals 	
Estructura de costos 			Fonts d'ingressos 	

Font: *Generació de models de negoci*, d'Alexander Osterwalder

Pots treballar sobre la plantilla des de l'ordinador o imprimir-la en format DIN-A3 i completar les caselles mitjançant *post-its* de colors, de manera que puguis fer canvis fàcilment. Cal ser clar i concís, ja que es tracta de crear una fotografia del teu model de negoci, no d'entrar en detalls. És recomanable treballar-lo en grup, valorant diversos punts de vista i fomentant el pensament creatiu.