

# Καμβάς Κοινωνικού Επιχειρηματικού Μοντέλου

Γιώργος Αλεξόπουλος  
Δρ Κοινωνικών Επιστημών, ΕΔΙΠ ΓΠΑ  
Καθηγητής-Σύμβουλος ΚΑΛΟ στο ΕΑΠ

# Τι θα δούμε

- Που χρησιμοποιείται ο «καμβάς»
- Τμήματα του καμβά
  1. Αξία – Χρησιμότητα
  2. Τμήματα αγοράς
  3. Κανάλια διανομής
  4. Σχέσεις με τους πελάτες
  5. Ροές εσόδων
  6. Κρίσιμοι πόροι
  7. Κυριότερες δραστηριότητες
  8. Κρίσιμες συνεργασίες
  9. Διάρθρωση του κόστους

## Που χρησιμοποιείται

Ο καμβάς είναι ένα εργαλείο που βοηθά την ομάδα να μεταφράσει με απλά βήματα:

- την *ιδέα σε επιχείρηση*
- έχοντας ως σημείο εκκίνησης και αναφοράς τον επιδιωκόμενο κοινωνικό αντίκτυπο
- χωρίς να απαιτείται (απαραίτητα) τεχνοκρατική γλώσσα και διατυπώσεις

Χρησιμεύει:

- Για να αποτυπώσουμε ένα επιχειρηματικό μοντέλο
- Να βελτιώσουμε ένα επιχειρηματικό μοντέλο
- Ή να ανακαλύψουμε ένα νέο

# Social Business Model Canvas

<p><b>Key Resources</b></p> <p><i>What resources will you need to run your activities? People, finance, access?</i></p>	<p><b>Key Activities</b></p> <p><i>What programme and non-programme activities will your organisation be carrying out?</i></p>	<p><b>Type of Intervention</b></p> <p><i>What is the format of your intervention? Is it a workshop? A service? A product?</i></p>	<p><b>Segments</b></p> <p><b>Beneficiary</b></p>	<p><b>Value Proposition</b></p> <p><b>Social Value Proposition</b></p>
<p><b>Partners + Key Stakeholders</b></p> <p><i>Who are the essential groups you will need to involve to deliver your programme? Do you need special access or permissions?</i></p>		<p><b>Channels</b></p> <p><i>How are you reaching your beneficiaries and customers?</i></p>	<p><b>Customer</b></p> <p><i>Who are the people or organisations who will pay to address this issue?</i></p>	<p><b>Impact Measures</b></p> <p><i>How will you show that you are creating social impact?</i></p>
<p><b>Cost Structure</b></p> <p><i>What are your biggest expenditure areas? How do they change as you scale up?</i></p>		<p><b>Surplus</b></p> <p><i>Where do you plan to invest your profits?</i></p>	<p><b>Revenue</b></p> <p><i>Break down your revenue sources by %</i></p>	
				<p><b>Customer Value Proposition</b></p> <p><i>What do your customers want to get out of this initiative?</i></p>

## 1. Αξία/επιδιωκόμενος αντίκτυπος - Χρησιμότητα

- Ποιο είναι το σύνολο το προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχετε;
- Για ποιο λόγο;
- Τι αξία παρέχετε;
- Τι κερδίζει κάποιος αν αγοράσει το «προϊόν» σας;
- Ποιες ανάγκες ικανοποιείτε; Γιατί κάποιος να πειστεί να αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία σας;
- Η δέσμη των προϊόντων ή/και υπηρεσιών παράγουν αξία για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς;

## 2. Τμήματα αγοράς

- Μια επιχείρηση ικανοποιεί ένα ή περισσότερα τμήματα της αγοράς.
- Για ποιους δημιουργείτε αξία;
- Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες σας;
- Από πού προέρχονται τα έσοδά σας;

Ένα πολύ σημαντικό βήμα όταν ολοκληρώνεται κάθε τμήμα του καμβά (που δυστυχώς πολλές φορές το λησμονούμε):

Μήπως πρέπει να γυρίσουμε πίσω, στο προηγούμενο βήμα;

### 3. Κανάλια διανομής

Το προϊόν ή η υπηρεσία σας παραδίδεται στους πελάτες σας μέσω καναλιών επικοινωνίας, διανομής και πωλήσεων.

- Τα τμήματα της αγοράς σας, μέσω ποιων καναλιών θέλουν να τα προσεγγίσετε;
- Πώς τα προσεγγίζετε τώρα;
- Ποια κανάλια είναι αποτελεσματικότερα συναρτήσει του κόστους τους;



## 4. Σχέσεις με τους πελάτες

- Τι σχέσεις δημιουργείτε με κάθε τμήμα της αγοράς σας;
- Ποιες από αυτές έχουν παγιωθεί;
- Τι άλλο πρέπει να αναπτυχθεί;
- Πόσο κοστίζουν;

## 5. Ροές εσόδων

Προέρχονται από την επιτυχή πώληση του προϊόντος ή την παροχή υπηρεσίας

- Ποια τιμή είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι πελάτες μας;
- Τι πληρώνουν τώρα;
- Πώς πληρώνουν τώρα;
- Πως θα προτιμούσαν να πλήρωναν;
- Ποια είναι η συμβολή κάθε ροής εσόδων στα συνολικά έσοδα της επιχείρησης;
- Τα έσοδα σας προέρχονται μέσω περιοδικών συναλλαγών ή είναι επαναλαμβανόμενα;
- Πώς τιμολογείτε τα προϊόντα ή/και τις υπηρεσίες σας

## 6. Κύριοι/Κρίσιμοι πόροι

- Οι κύριοι/κρίσιμοι πόροι είναι περιουσιακά στοιχεία που είναι απαραίτητα για την παροχή των προηγούμενων στοιχείων.
- Ποιοι πόροι είναι απαραίτητοι για τη δημιουργία του παρεχόμενης αξίας/ χρήσης προς τους πελάτες;
- Ποιες δραστηριότητες υποστηρίζουν;

## 7. Κύριες δραστηριότητες

- Ως δραστηριότητες χαρακτηρίζονται οι ενέργειες που σε συνδυασμό με τους πόρους της επιχείρησης συντελούν στη δημιουργία του παρεχόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας.
- Ποιες δραστηριότητες πρέπει να εκτελέσετε πολύ καλά; Τι είναι σημαντικό;

## 8. Κρίσιμες συνεργασίες

Ορισμένες δραστηριότητες της επιχείρησης ανατίθενται σε εξωτερικούς συνεργάτες:

- Ποιοι συνεργάτες και προμηθευτές ασκούν επιρροή στην επιχειρηματική σας ιδέα;
- Ποιους κρίσιμους πόρους αποκτούμε από συνεργάτες;
- Ποιες κύριες δραστηριότητες πραγματοποιούνται από συνεργάτες;
- Γιατί πρέπει να εξετάζουμε/επιδιώκουμε τις συνεργασίες;

## 9. Διάρθρωση του κόστους

- Ποια είναι τα κυριότερα κόστη του επιχειρηματικού σας σχεδίου;
- Ποιοι είναι οι ακριβότεροι πόροι του επιχειρηματικού σας σχεδίου;
- Ποιες είναι οι ακριβότερες κύριες δραστηριότητες;
- Η Επιχείρησή σας οδηγείται από το κόστος ή από την δημιουργία αξίας;