



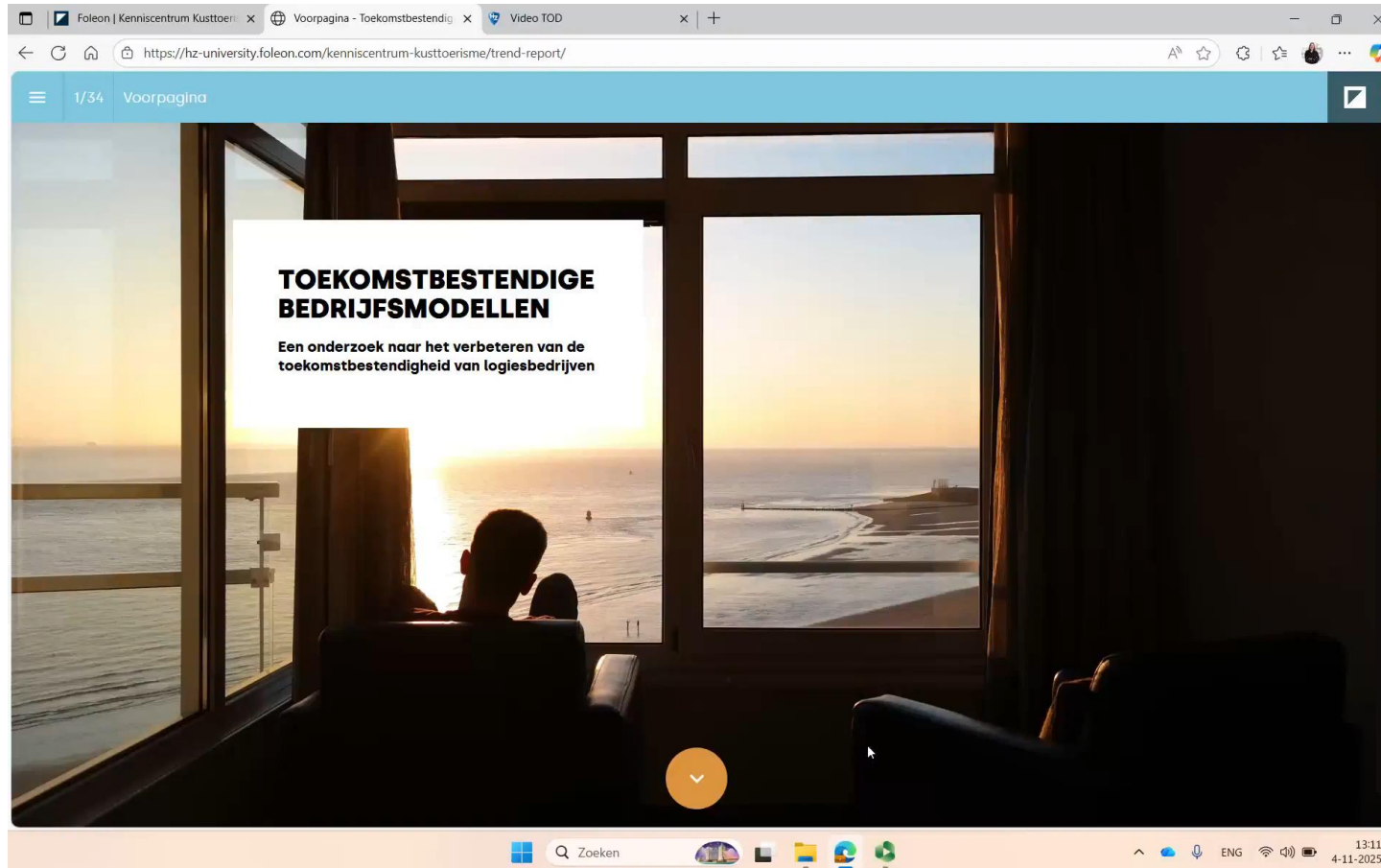
Kennisupdate LIVE

Toekomstbestendige bedrijfsmodellen

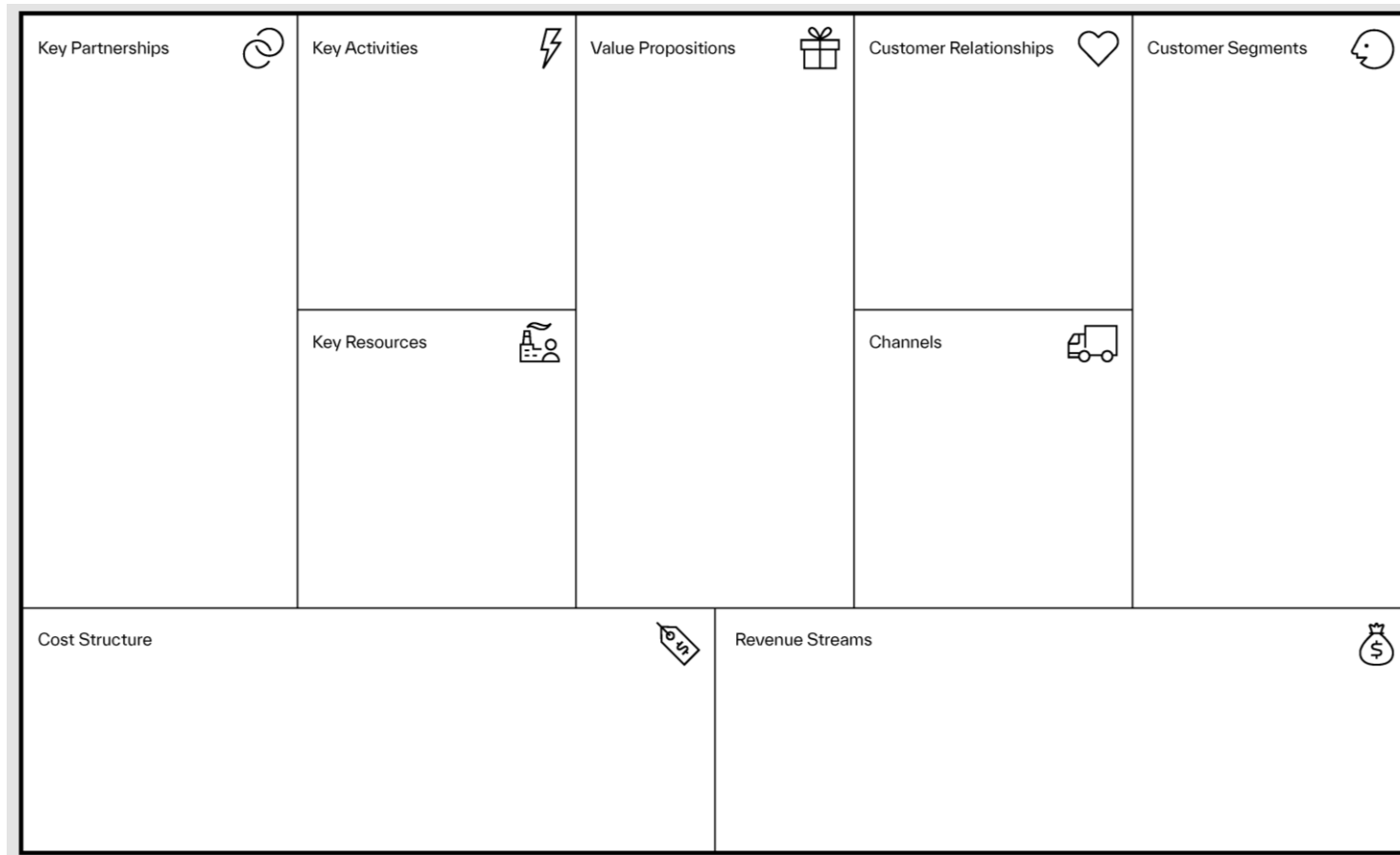


Even voorstellen

Onderzoek toekomstbestendige bedrijfsmodellen



Business Model Canvas – wat is het?



Toekomstbestendigheidsmodel









Business Model Canvas

Designed For:










Designed by:

Date:

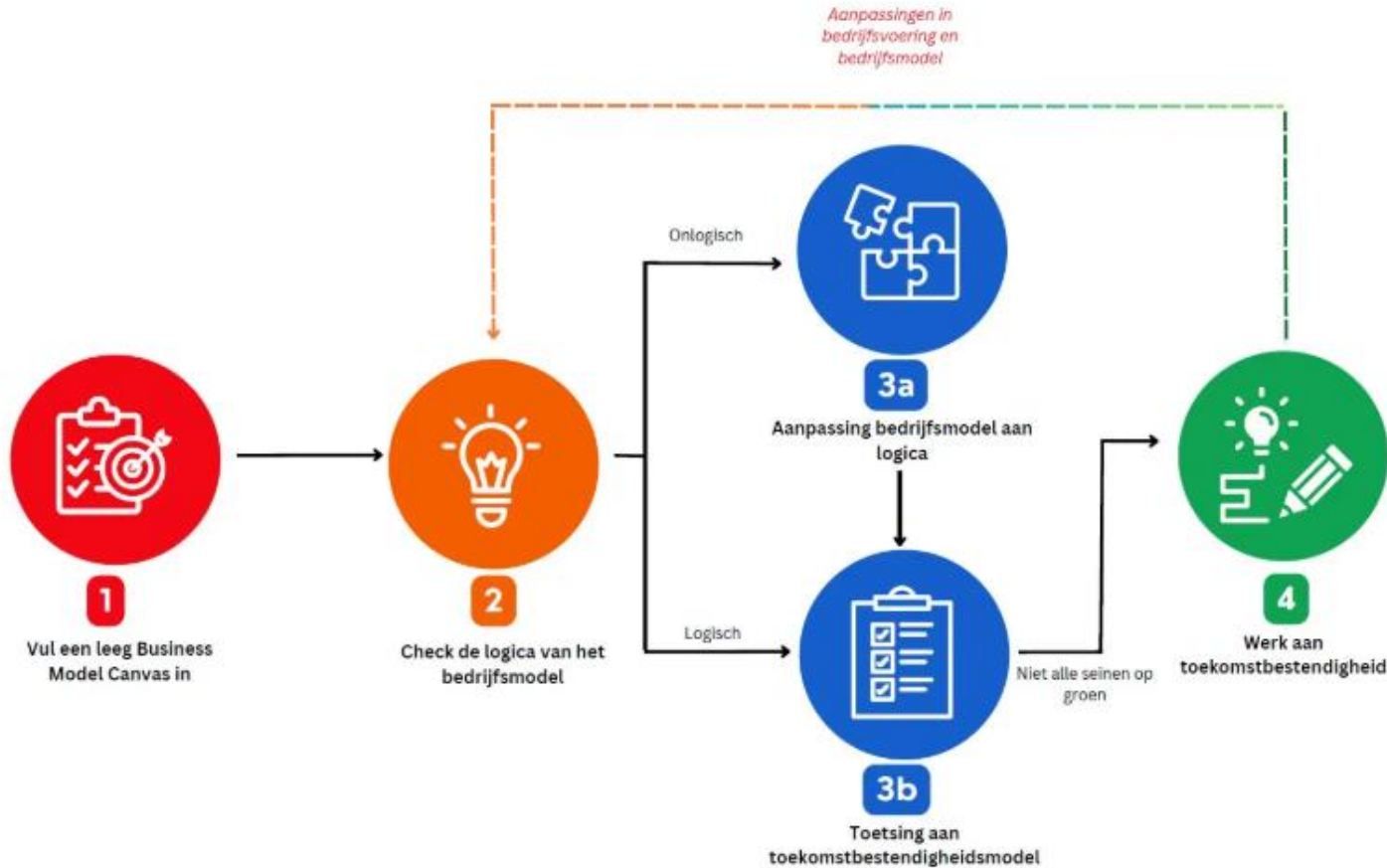
Version:

<p>Kernpartners </p> <p>Diversiteit van en goede relaties met verschillende netwerken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overheden • Omgeving • Leveranciers • Financiers • Kennisnetwerk • Samenwerkingen 	<p>Kernactiviteiten </p> <p>-Werkzaamheden zijn direct verbonden aan creëren, leveren en communiceren van waardeproposities</p> <p>-Uitvoeren van werkzaamheden in alle stappen van de klantreis: voor verblijf, tijdens verblijf, na verblijf</p>	<p>Waardepropositie(s) </p> <p>-Sterke waardepropositie(s): afgestemd op de gekozen doelgroepen, voldoende relevant, concreet en geloofwaardig en benoemd het onderscheidend vermogen,</p> <p>-Flexibiliteit om de strategie aan te passen waar nodig</p>	<p>Klantrelaties </p> <ul style="list-style-type: none"> • Goede mix tussen terugkerende gasten en nieuwe gasten • Passende klantrelaties per gekozen doelgroep • Hoge gasttevredenheid • Voldoende reactiesnelheid in communicatie 	<p>Klantsegmenten </p> <ul style="list-style-type: none"> • Een duidelijke keuze en profiel van de hoofddoelgroep • Een duidelijke keuze en profiel van 1 à 2 subdoelgroepen
<p>Kernmiddelen</p> <p>-Voldoende strategisch ondernemerschap (t.o.v. behorend)</p> <p>-Vermogen om netwerken te mobiliseren</p> <p>-Vermogen om innovatief te zijn</p> <p>-Vermogen om proactief te zijn</p> <p>-Vermogen om gecalculerde risico's te durven nemen</p> <p>-Goede ruimtelijke inpassing</p>	<p>-Vermogen om concurrentie uit te dagen</p> <p>-Toegang tot voldoende waardevolle middelen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gekwalificeerd personeel met voldoende autonomie • Up-to-date technologie • Ontwikkelingsruimte • Financiële middelen • Geldende vergunningen • Passende gebouwen 	<p>• Passende bedrijfsmiddelen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Passende voorzieningen • Nutscapaciteit/hulpbronnen <p>-Laag gebruik van niet-vernieuwbare hulpbronnen</p> <p>-Voldoende bestendig tegen klimaatverandering</p> <p>-Mogelijkheid om kernmiddelen efficiënt in te zetten</p> <p>-Zicht op bedrijfsopvolging</p>	<p>Kanalen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Voldoende inzicht in passende kanalen per doelgroep • Juiste inzet van kanalen per doelgroep per fase van het klantproces • Meetbaarheid van de kanalen • Aanpasbaarheid van de kanalen 	
<p>Kostenstructuur </p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenstructuur die ten minste marktconform is (in percentage van de omzet) • Inzicht in de kosten per kernactiviteiten • Inzicht in de mate waarin kosten vast/variabel zijn 	<p>Inkomstenstromen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Inzicht in de belangrijkste inkomstenstromen per klantsegment • Concurrerende prijsstelling • Ten minste marktconforme bezettingsgraad • Gezonde inkomstenmix: voldoende diversiteit • Voldoende voorspelbaarheid: mogelijk om te plannen 			

Zelf aan de slag!

Key Partnerships 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

Stapsgewijs toekomstbestendiger worden



Toekomstbestendigheidsmodel









Business Model Canvas

Designed For:

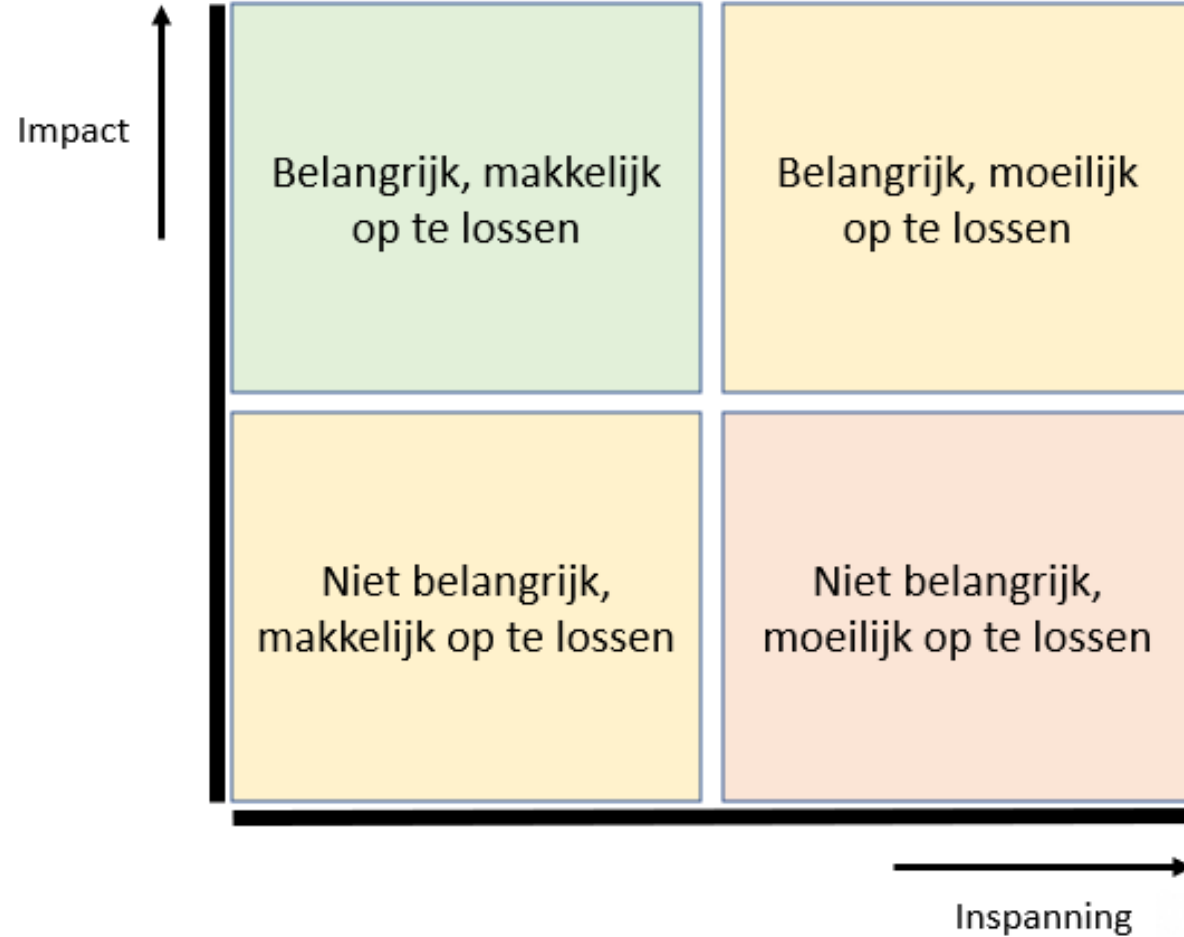
Designed by:

Date:

Version:

<p>Kernpartners </p> <p>Diversiteit van en goede relaties met verschillende netwerken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Overheden • Omgeving • Leveranciers • Financiers • Kennisnetwerk • Samenwerkingen 	<p>Kernactiviteiten </p> <p>-Werkzaamheden zijn direct verbonden aan creëren, leveren en communiceren van waardeproposities</p> <p>-Uitvoeren van werkzaamheden in alle stappen van de klantreis: voor verblijf, tijdens verblijf, na verblijf</p>	<p>Waardepropositie(s) </p> <p>-Sterke waardepropositie(s): afgestemd op de gekozen doelgroepen, voldoende relevant, concreet en geloofwaardig en benoemd het onderscheidend vermogen,</p> <p>-Flexibiliteit om de strategie aan te passen waar nodig</p>	<p>Klantrelaties </p> <ul style="list-style-type: none"> • Goede mix tussen terugkerende gasten en nieuwe gasten • Passende klantrelaties per gekozen doelgroep • Hoge gasttevredenheid • Voldoende reactiesnelheid in communicatie 	<p>Klantsegmenten </p> <ul style="list-style-type: none"> • Een duidelijk keuze en profiel van de hoofddoelgroep • Een duidelijk keuze en profiel van 1 à 2 subdoelgroepen
<p>Kernmiddelen</p> <p>-Voldoende strategisch ondernemerschap (t.o.v. behorend)</p> <p>-Vermogen om netwerken te mobiliseren</p> <p>-Vermogen om innovatief te zijn</p> <p>-Vermogen om proactief te zijn</p> <p>-Vermogen om gecalculerde risico's te durven nemen</p> <p>-Goede ruimtelijke inpassing</p>	<p>-Vermogen om concurrentie uit te dagen</p> <p>-Toegang tot voldoende waardevolle middelen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gekwalificeerd personeel met voldoende autonomie • Up-to-date technologie • Ontwikkelingsruimte • Financiële middelen • Geldende vergunningen • Passende gebouwen 	<p>• Passende bedrijfsmiddelen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Passende voorzieningen • Nutscapaciteit/hulpbronnen <p>-Laag gebruik van niet-vernieuwbare hulpbronnen</p> <p>-Voldoende bestendig tegen klimaatverandering</p> <p>-Mogelijkheid om kernmiddelen efficiënt in te zetten</p> <p>-Zicht op bedrijfsopvolging</p>	<p>Kanalen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Voldoende inzicht in passende kanalen per doelgroep • Juiste inzet van kanalen per doelgroep per fase van het klantproces • Meetbaarheid van de kanalen • Aanpasbaarheid van de kanalen 	
<p>Kostenstructuur </p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenstructuur die ten minste marktconform is (in percentage van de omzet) • Inzicht in de kosten per kernactiviteiten • Inzicht in de mate waarin kosten vast/variabel zijn 	<p>Inkomstenstromen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Inzicht in de belangrijkste inkomstenstromen per klantsegment • Concurrerende prijsstelling • Ten minste marktconforme bezettingsgraad • Gezonde inkomstenmix: voldoende diversiteit • Voldoende voorspelbaarheid: mogelijk om te plannen 			

Prioriteit geven aan acties



EEN IMPULS VOOR...

Toerisme
in Zeeland



Wie zijn wij?

- Projectmanagers Regionale Ontwikkelingsmaatschappij Impuls Zeeland
- Cluster vrijetijdseconomie
- Perspectief bieden aan toeristische ondernemers
- Stimuleren innovatieve en duurzame oplossingen



K&I netwerk vrijetijdssector

- **Wat is een K&I netwerk?**
 - Triple helix netwerk; bedrijven, kennisinstellingen en overheden
 - Gericht op het delen van kennis en stimuleren van innovatie
 - Werken met een meerjarige agenda met innovatieve projecten en activiteiten, kapstok Bestemming Zeeland 2035
 - Vraag vanuit bedrijfsleven staat centraal
 - Werken Zeeland breed



Stand van zaken en vervolg

- Verkenning met de sector, draagvlak en commitment
- Positieve insteek
- Starten met modules/leergang rondom thema toekomstbestendig ondernemen, in opmaat naar K&I netwerk (lidmaatschap bedrijven)
- Thema's waaraan gedacht wordt: duurzame businessmodellen, bedrijfsopvolging en rentmeesterschap



Ideeën uit de groep halen



Sasja Vermeulen
HZ KCKT
sasja.vermeulen@hz.nl
06 54 96 25 61



Mandy Janssen
HZ KCKT
m.janssen@hz.nl
06 31 58 89 24



Minke Rabaut
Impuls Zeeland
minkerabaut@impulszeeland.nl
06 14 22 32 00

Vragen? Neem gerust contact op!