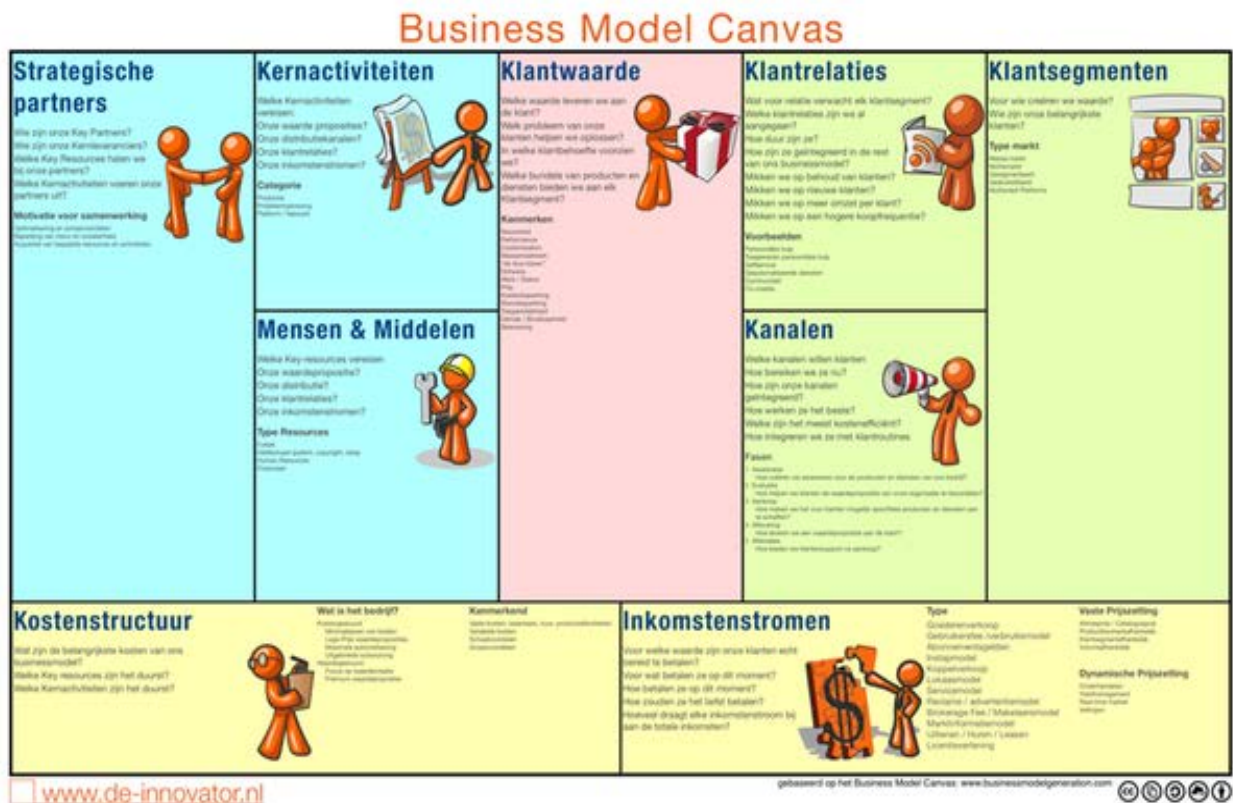


Gast en klantgericht ondernemen anno 2020

Een businessmodel beschrijft kort en krachtig hoe een organisatie waarde creëert, levert en behoudt. Simpel gesteld: hoe een bedrijf zijn activiteiten heeft georganiseerd en klanten van dienst is, van kop tot staart.

Een bekend hulpmiddel om een businessmodel te beschrijven is het 'Business Model Canvas'. Hiermee ontwerp je het businessmodel aan de hand van 9 bouwstenen: Klantsegmenten, Waardepropositie, Kanalen, Klantrelaties, Inkomstenstromen, Key resources, Kernactiviteiten, Key Partners en Kostenstructuur.



Er zijn verschillende bedrijfsmodellen mogelijk, in alle soorten en maten. Kijk bijvoorbeeld naar Amazon, Ikea, Skype, Dell, Spotify, Albert Heijn, Bol.com, Greenpeace en Google. Ze hebben de hiervoor genoemde 9 bouwstenen van het businessmodel allemaal anders ingevuld.

Door globalisering, branchevervaging en disruptieve nieuwkomers staan steeds meer markten en bedrijven onder druk. Bedrijven en organisaties moeten innoveren in hun businessmodel om te kunnen overleven. Denk aan de traditionele muzieksector, uitgeefwereld, detailhandel, financiële dienstverlening, culturele sector en zorgsector. Wie daar niet snel in beweging komt, is gedoemd te verdwijnen.

Onder invloed van deze ontwikkelingen ontstaan er de laatste jaren steeds meer nieuwe businessmodellen die gebaseerd zijn op een van onderstaande kernconcepten:

- **Lenen**
- **Delen**
- **Ruilen**
- **Creëren**
- **Sparen**
- **Hergebruiken**

Het is niet voor niets dat er veel wordt gesproken in deze tijd over “sharing and caring”. De deeleconomie is niet meer weg te denken anno 2020.

15 meest voorkomende basis verdienmodellen

1. Verkoop (transactiemodel): Levensmiddelen, boek, auto, meubel, kleding, vakantiereis, elektronica, kapper, restaurant, notaris, reclamebureau. Verkoop van producten en diensten aan klanten via winkel, webshop, kantoor, telefoon of aan de deur. Intermediairs (zoals vergelijkingssites, adviseurs en verkopers) krijgen vaak een percentage van de via hen gerealiseerde omzet. Dit kan in allerlei variaties voorkomen, denk aan banken die met rente worden betaald voor het verstrekken van een lening.

2. Verhuur en Leasing: Vakantiewoning, kantoorpand, keuken, bedrijfswagen, machine, gereedschap. Gebruikers krijgen tegen betaling het recht goederen te gebruiken voor een bepaalde periode. Het voordeel voor de klant is dat hij niet hoeft te investeren in de aanschaf. Er zijn verschillende vormen van leasing zoals financial lease (vorm van koop op afbetaling) en operationele lease (klant betaalt een all-in prijs voor per periode voor gebruik).

3. Licentie: Film, foto, video, tekeningen muziekstukken, manuscripten, technologieën. Alles vallend onder auteursrecht, patent, etc. Van Donald Duck tot Picasso. Licentienemers krijgen tegen betaling het recht om een idee (waarop licentiegever het intellectueel eigendomsrecht heeft) commercieel uit te baten. Bijvoorbeeld door het verkopen van t-shirts met print.

4. Makelaar (brokerage-model): Huizenmakelaar, marktplaats (eBay), veilinghuis (Christie's), bemiddelingsbureau, werving en selectie, creditcardfirma. Bij elkaar brengen van kopers en verkopers en faciliteren van de transactie. De vergoeding kan bijvoorbeeld een percentage van het transactiebedrag zijn. Hier vallen ook veilingen onder.

5. Abonnement ('subscription'): Krant, tijdschrift, verzekering, telefoon, internettoegang, bus, trein, zwembad, beursinformatie, online blad, cloud diensten, fashion, beauty, foodproducten. Tegen een bepaalde prijs ontvangt de klant periodiek een product of dienst of heeft daar toegang tot. De klant heeft zekerheid en gemak en de leverancier een vaste inkomstenstroom.

6. Lidmaatschap: Sportschool, omroepvereniging, politieke partij, businessclub, fanclub, boek-en-plaat. Voor een bepaalde prijs maakt de klant deel uit van een 'club' met rechten (op afname van producten en diensten tegen bepaalde voorwaarden) en plichten (bijvoorbeeld een afnameplicht).

7. Verbruik: Water, gas, licht, telefoontikken, rekeningrijden (reiszones). Het daadwerkelijk gebruik/verbruik van een bepaald product of dienst wordt gemeten en in rekening gebracht. Vaak gebaseerd op een basisprijs met een toeslag voor verbruik. Soms in de vorm van een 'strippenkaart'.

8. Service: Auto's, technische installaties, ICT. Het product zelf wordt relatief goedkoop verkocht waarna er verdiend wordt op aanvullende services zoals financiering, onderhoud, reparatie en helpdesk.

9. Lokaas ('baite and hook'): Printer met cartridges, scheermessysteem met mesjes, gameconsole met games, Senseo met koffiepads. Klanten worden 'gelokt' met een relatief goedkoop basisproduct (Baite) waarna de winst gemaakt wordt met relatief dure onderdelen die je nodig hebt (Hook). Komt ook in de vorm van 'koppelverkoop' voor. Klanten worden 'gevangen' in het product van de leverancier (vendor-lockin).

10. Instapmodel ('freemium'): Skype, LinkedIn, YouTube, software. Basisproduct is goedkoop of 'gratis' voor de gebruiker. Voor meer mogelijkheden of uitgebreidere versies moet betaald worden. Lijkt op het lokaasmodel. Wordt vaak gecombineerd met reclamemodel.

11. Koppelverkoop: Windows en Internet Explorer, vakantie met reisverzekering, autohuur met ongevallenzekeringsverzekering, hypotheek met overlijdensrisicoverzekering. Hierbij worden tegen een meerprijs aantrekkelijke producten gekoppeld aan minder gewilde producten. De klant kan de producten (vaak) niet (gemakkelijk) los kopen. Heeft de laatste jaren een negatieve klank gekregen en kan juridisch niet toegestaan zijn.

12. Reclame: Reclame in/op kranten, tijdschriften, radio, tv, websites, zoekmachines (adwords), games, bussen, treinen, auto's, billboards, spandoeken, pennen, bekers, bioscoop, video, vormen van sponsoring, etc. De media/ruimte-exploitant krijgt een vergoeding voor het maken van reclame door bijvoorbeeld het plaatsen van een printadvertentie, radiocommercial, online video, banner, tekstlink. Vooral online zijn er veel reclamemogelijkheden ontstaan.

13. Informatie en Data: Nielsen, Axiom, Cendris, LexisNexis, Facebook, Clipit. Verzamelen, verkopen of verhuren van informatie over markten en doelgroepen en het gebruik van (social) media, producten en diensten door klanten en consumenten.

14. Crowdfunding (fondsenwerving): TenPages, Sellaband, 1%Club, Kickstarter.com. Mensen worden, vaak via social media, geworven om een klein bedrag te schenken of te investeren in een bepaald project of doel. Volgens het principe: vele kleintjes maken één grote.

15. Web and Mobile (online): Amazon, Yahoo, Google, LinkedIn, YouTube, PayPal. Hybride verdienmodellen op basis van advertising, commerce, subscription, transaction processing, licensing, data, mobile, gaming, online education, etc.

Een verdienmodel is gebaseerd op het idee dat mensen ergens voor willen betalen. Waar wat is dat ergens, voor welke waarde heeft de consument of zakelijke klant geld over? Een klein tipje van de sluier. Mensen willen graag

- de eerste zijn,
- de snelste zijn,
- zekerheid en
- de controle houden,
- slim,
- verstandig,
- hip
- professioneel overkomen.

Ze hebben een hekel aan gedoe, dingen kwijtraken, zijn altijd in voor een voordeeltje, willen een goede deal sluiten en zijn van nature nieuwsgierig. Mensen willen leren, ontwikkelen, status, eenvoud, gemak en ontzorgt worden. Kortom, een verdienmodel is gebaseerd op valide inzichten in waarvoor de beoogde doelgroep wil betalen. Denk nog even terug aan de 13 behoeften van de mens tijdens de Marketing, Sales & Ondernemerschap training.