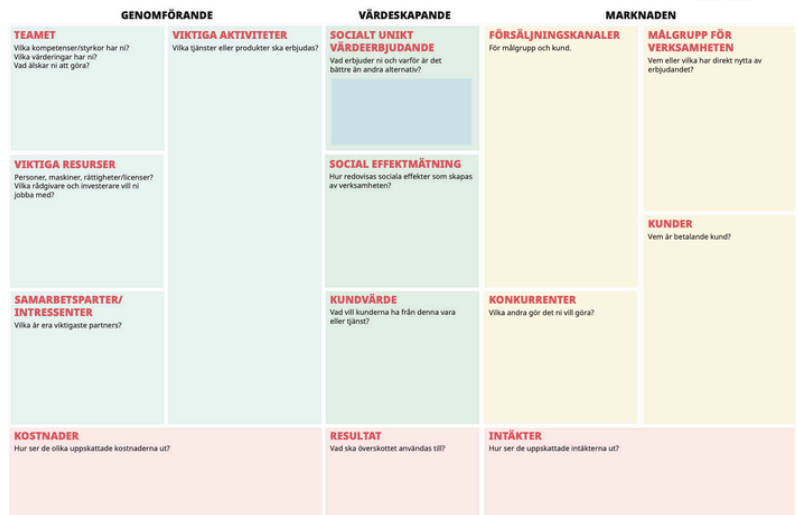


SBMC

social business model canvas



Social Business Model Canvas är ett verktyg för hållbar affärsutveckling som utgår från företag som vill skapa **samhällsnytta**. Basen till SBMC kommer från Business Model Canvas skapad av Alexander Osterwalder. Verktyget, oavsett om det gäller mer traditionella företag eller sociala företag, används bl.a. till att skapa samsyn, planera strategiskt, underlätta uppstarten utan att förlora kvalitet samt att skapa en levande process istället för statiska dokument.

Verktyget ska alltså ge dels en **överblick** över hela processen i företaget, dels en **handlingsplan** för vad man måste göra och på vilket sätt som sedan uppdateras löpande.

- Du kan ta olika vägar genom canvassen men föreslagen ordning är att du börjar med *mitt delen* av canvassen och fyller i steg 1-2.
- Ägna sedan ditt fokus på *högra sidan*, dvs den del som beskriver "marknad". Här kan du med fördel återvända till värdeerbjudande för att säkerställa att detta fortfarande stämmer överens med pain & gains.
- Gå därefter vidare till den *vänstra delen* av canvassen och fyll i steg 6-8 som handlar om hur du ska bli framgångsrik i att omsätta värdeerbjudandet i praktiken.
- När dessa är på plats, då kan du börja se vad du kommer ha för utgifter/kostnader i företaget och hur du ska få in pengar/intäkter. I realiteten är detta ofta en utmanande process där du fyller i rutor så gott det går innan du går vidare och sedan hoppar tillbaka.

Tips 1

Börja varje del med en brainstorming aktivitet. Om ni är flera som startar företaget ihop, alternativt att du engagerar alla i företaget, börja skriva lappar individuellt under några minuter och sedan går ni igenom vad ni skrivit och sätter upp de lappar ni är överens om i mallen. Börja med en post-it färg och del och ta sedan lager för lager. När du är klar, börja på nästa del osv.


Tips 2

Fastna inte i detaljer under arbetet med canvassen. Syftet är att skapa en bild av helheten kring din affärsmodell. Något att ha i beaktning är att inte fylla i canvassen för sakens skull, utan snarare för att utveckla nya och bättre idéer för vilken affärsmodell som passar dig. Se det därför som att allt du formulerar är gissningar och hypoteser. Uppdatera också canvassen över tid, allteftersom du ser vad som fungerar väl och vad som behöver utvecklas.

För mer information och rådgivning

Jessica Ottosson, rådgivare och facilitator
Coompanion Jämtland Härjedalen

 jessica.ottosson@coompanion.se

 070-3112057

 www.coompanion.se