



***CREATED** Crowd business modelling*



METOD

CRED Crowd business modellering

Innovation är ett resultat av relationer och det är när folk möts som nya idéer uppstår. Innovation när det gäller affärsmodeller handlar om att skapa värde för företag, kunder och samhället!

För att ta en ide till ny affär behöver vi såväl kreativitet som struktur. Detta har CRED tagit fasta på och med utgångspunkt i Alexander Osterwalders Business Model Generation utvecklat en process som är anpassad för dig som driver ett bolag inom kreativa näringar. Kanske har du arrangerat ett CRED Business Lab och vill ta nästa steg!?

SYFTE

Få entreprenören att definiera eller tydliggöra sin affärsmodell samt att utmana entreprenören i att innovera och transformera densamma inför framtida möjligheter och utmaningar.

EFFEKT

Målet är att du skapar en genomarbetad innovativ affärsmodell och att du kontinuerligt arbetar med verktyget och din affärsmodell.

MATERIAL

Bord med ordentlig plats för fyra personer och en folder. Post-itlappar. Pennor i olika färger. Kaffe.

HUR GÅR PROCESSEN TILL

Processen består av 9 steg där vi lyfter ut varje ruta ur Canvas-modellen och tar dig genom modellen på ett enkelt och intressant sätt. Action och skalbarhet är ledorden genom hela processen.

Processen kan användas på det sätt som kommer beskrivas nedan där fyra entreprenörer träffas vid fyra tillfällen. Den

TID

Workshopformat på ca 3 timmar beroende på hur du hanterar pauser och hur många grupper du har samtidigt.

PLATS

Varhelst det finns gott kaffe och någorlunda avskilt; på café, på restaurang, på en inkubator eller i andra kreativa miljöer.

TÄNK PÅ ATT

Detta är en process där entreprenören i fokus ska ha möjlighet att styra åt vilket håll processen går. Detta sker med hjälp av bra förberedelser och uppmaning till de andra i gruppen att det inte går ut på att hitta svar utan att ställa frågor som entreprenören inte tidigare tänkt på.

INBJUDAN

Redan i anmälan bör entreprenören specificera vad denne har för mål med att delta i Crowd Business Modelling. Var i utvecklingen befinner sig företaget och vilka utmaningar man står inför just nu i sin verksamhet. Detta ger processledaren den info som krävs för att matcha ihop entreprenörerna i lämpliga konstellationer. Det är fyra entreprenörer i varje grupp som ses vid fyra tillfällen. Vi har endast testat processen på en grupp åt gången, men antalet grupper skulle kunna utökas så att en processledare leder fler grupper parallellt.

FÖRBEREDELSE

Så fort du vet datum: boka lokal och kaffe med tillbehör. Viktigt att behålla energinivån i rummet!

En vecka innan första träffen: ring upp entreprenören som ska sitta i fokus. Berätta att du kommer att maila en digital version av foldern, och vad entreprenören bör förbereda. Be dem fundera och skriva svar på alla frågor kring "Nuläge", gärna på post-it-lappar. Ju bättre förberedd entreprenören är desto bättre blir processen på plats.

Dagen eller timmarna innan: möblera enligt grupper. Lägg fram post-itlappar och olikfärgade pennor. Sätt ut skyltar så att alla hittar till din lokal.

Nu kör vi!

KÖRSHEMA

16.00 Hälsa alla välkomna.

16.03 Presentera dig själv samt varför ni gör Crowd Business Modelling. Låt alla presentera sig för varandra.

16.05 Kort introduktion till gruppen - Vad är en affärsmodell?

En affärsmodell beskriver den logiska grunden för hur en organisation skapar, levererar och fångar VÄRDE! Med andra ord logiken för hur du ska tjäna pengar.

Ofta är det en nystart eller omstart som ligger bakom att man grundligt går igenom sin affärsmodell, men det är något man löpande bör fundera över och förhålla sig till. Oavsett orsak så är det oerhört viktigt att man inte för tidigt fastnar i någon idé, utan att man låter processen ha sin gång och att man utmanar ALLA delar av sin affärsmodell.

Här kan det också vara lämpligt med exempel på ett eller flera företag som är aktiva idag, där affärsmodellen sticker ut och varit avgörande för företagets framgång, exempelvis Spotify.

Om det inte finns något oklart eller några frågor, så uppmana de deltagare som inte är i fokus att ta post-it-lappar och en penna så att de kan skriva ner saker de kommer att tänka på under workshopen, så att entreprenören i fokus får så mycket med sig av dagen som möjligt.

16.15 Nu följer sammanlagt 9 block, direkt hämtade ur canvasen. Varje block går igenom i den ordning som de kommer i

foldern. Vår erfarenhet är att de första blocken har en tendens att ta något mer tid än de övriga, varför vi också avsatt något mer tid för dessa. Inled varje del med att entreprenören i fokus berättar hur den har besvarat frågorna om nuläget. När alla förstått så går ni vidare till att utmana dagens lösning, den nedre delen av uppslaget.

Innan ni sätter igång, så uppmana ännu en gång gruppen att det är viktigt att inte fastna för en idé för tidigt och att det därför ska vara högt till tak och att de bör lämna "nej" och "det funkar inte" utanför diskussionen. Tempot bör hållas mycket högt, vilket är din uppgift att se till!

Första delen – Mina kunder

Här kan det vara bra att tipsa om att dela upp olika kundkategorier i olika färger på post-it-lapparna, för att kunna hålla isär respektive kategorier under resans gång. Se till att påminna gruppen om tiden när det är ca 5 min kvar och de bör påbörja prioriteringen i avsnittet! Under prioriteringen skall de plocka ut de delar de efter

en positiv diskussion tycker att entreprenören bör plocka med sig ur avsnittet.

16.30 Andra delen - Mitt erbjudande

Påminn återigen gruppen om att hålla isär färgerna på post-it-lapparna, så att färgen på ett erbjudande stämmer överens med den kundkategori det riktar sig till.

16.45 Tredje delen – Mina kanaler

Informera om att det de nu ska fundera över är den resa som de vill att kunderna ska uppleva. Tipsa dem om att det handlar om att hitta en bra balans mellan olika kanaler!

16.58 2 minuters bensträckare!

Passa på att tipsa gruppen om de booster som finns i slutet av foldern.

17.00 Fjärde delen – Mina kundrelationer

Tipsa om att de bör fundera över kundernas förväntningarna kopplat till erbjudandet!

17.15 Femte delen – Mina intäktskällor

Tipsa gruppen om att fundera över kombinationer av dynamiska och statiska priser!

17.30 Sjätte delen – Mina viktigaste resurser

Försäkra dig om att gruppen använder sig av entreprenörens kunddatabas i funderingarna!

17.45 Energipåfyllning!

18.00 Sjunde delen – Mina viktigaste aktiviteter

Få gruppen att fundera över hur entreprenören definierar värdeskapande tid, vad av

min arbetsdag är värdeskapande och vad lägger jag för mycket tid på som jag kan lämna bort till andra?

18.15 Åttonde delen – Mina viktigaste samarbeten

Vilket är syftet med partnerskapen? Försäkra dig om att det finns en plan B för varje partnerskap som är avgörande för entreprenörens verksamhet!

18.30 Nionde och sista delen – Mina kostnader

Tar gruppen återvinning och återbrukande i beaktande? Se till att entreprenören förstår sitt ansvar gentemot företaget - koll, planering och uppföljning!

18.45 Sammanställning där entreprenören får en chans att kommentera de post-it-lappar som gruppen valt att prioritera på varje uppslag. Kanske har några tankar kommit upp som personen vill dela eller frågor som hen vill ställa. Kanske anser entreprenören att prioriteringarna som gruppen gjort är de rätta, annars återstår nu det jobbet hemma.

18.55 Avslutning och summering.

Påminn alla om nästa tillfälle, tillkännage vem som är näst på tur och uppmana denne att påbörja arbetet med att svara på nulägesfrågorna. Tipsa återigen om boosterna på slutet av foldern.

Tacka alla så mycket för den här gången och önska lycka till med det fortsatta arbetet.

Starkt jobbat!