**Business Model Canvas v2.0 TLE1 GROEP3**

*Na het beter verkennen van onze eerste product keuze zijn wij tot de conclusie gekomen dat biologische kip niet daadwerkelijk beter is voor het miliewu maar juist slechter. Daarom hebben wij nu gekozen voor een andere productgoep.   
  
Hiernaast hebben wij de doelgroep beter kunnen definieren.*

Het idee:

**De super bespaar app.**

*De super bespaar app is een app waarin wij als makers gebruikers aanmoedigen om meer duurzame producten te kopen voor een beter milieu, klimaat en leven. Gebruikers worden beloond bij het kopen van duurzame producten met punten. Deze punten kunnen ingewisseld worden om korting te krijgen op je volgende duurzame product.*

Door middel van een stappenplan van sprout.nl & designabetterbusiness zijn wij het BMC & Value Proposition Design gaan uitwerken.

*bron:* [*https://www.sprout.nl/artikel/innovatie/9-stappen-door-het-business-model-canvas*](https://www.sprout.nl/artikel/innovatie/9-stappen-door-het-business-model-canvas)

[*https://designabetterbusiness.com/2017/10/12/how-to-really-understand-your-customer-with-the-value-proposition-canvas/*](https://designabetterbusiness.com/2017/10/12/how-to-really-understand-your-customer-with-the-value-proposition-canvas/)

**Customer Segments:**

* Consumenten van bonen

**Value proposition:**

Customer Jobs:

* Gezondere maaltijd voor redelijke prijs kopen
* Het milieu verbeteren
* Gezondere bonen door minder gebruik van gif stimuleren
* Goedkoper gezond eten
* Voor een ander persoon kopen
* Makkelijk te koken

Lekkere bonen eten

* Vervuilding van he ecosysteem tegengaan

Gains:

* Status -> Hey ik heb veel punten!
* Minder gifstoffen binnen krijgen.
* Gezondere maaltijd hebben.
* Beloond worden
* Beter voor het milieu
* Zelfvoldoening
* Goedkopere bonen
* Beloond worden voor goede keuzes
* Hoge score kunnen halen
* Hogere score dan iemand anders hebben
* Bonen natuurlijker laten groeien

Pains:

* Vergeten bon mee te nemen
* De biologische bonen zijn op.
* Product is niet goed -> terugbrengen -> hoe zit het met de punten?
* Supermarkt is te ver
* Geen validation/motivatie
* Duurder
* Biologisch voedsel is vaak kleiner en ziet er minder goed uit.
* Het kost meer om te maken.
* Ik wil geen app
* Het milieu boeit mij niet
* Te veel moeite, ik wil gewoon snel bonen.
* App moeilijk te snappen
* Waarde van de punten niet eerlijk?

Products & Services:

* Naam van winkel, locatie en de aanbiedingen duidelijk laten zien op je homepage.
* Motiveren dmv functies voor het product aan te bieden (Meer waarde creëren voor je service)
* Korting op biologische bonen met punten
* Stappenplan laten zien voor het gebruik
* Lijst met verschillende bonen merken.

Gain creators:

* Info over product
* Gamification: Badges, leaderboards, avatar, personalization
* Motiveren dmv het visualiseren van gevolgen: “Hey je hebt wat goeds gedaan, daarmee heb je het klimaat zoveel verbeterd!!”
* Puntensysteem voor goedkopere bonen (op je volgende aankoop goedkopere bonen krijgen)
* Bij duurzame producten met (label A) krijg je punten als je dit product koopt.

Pain relievers:

* Digitale bon -> notificaties
* Alternatieve winkels aanbieden waar je hetzelfde product kan halen (Niet 1 keten)
* Normale retourproces -> ruimte tussen activatie punten -> dus je punten worden pas bijgeschreven na 5 uur. (Genoeg tijd om het terug te brengen)
* Tussenwegen leveren ook punten op.
* Motivational ads -> duidelijk maken van waarde die onze services leveren
* Vastgestelde regels voor punten
* Zo veel mogelijk punten krijgen en uitgeven

**Channels:**

* Sponsorships
* Refer a Friend
* Mond op mondreclame
* TV-Reclames
* Radio
* Duurzaam brochures
* Social Media
* Labels op producten plakken
* Posters op winkel
* Reclame via gemeente.

**Customer Relationships:**

* Kopers die meer om biologisch voedsel geven
* Kopers die lekkere bonen willen.
* Vaste klanten
* Klanten die wel wat willen kopen
* Financieel zwakke bonenkopers
* Bonenkopers die geobsedeerd met bonen zijn
* Toevallige klanten
* Milieubewuste klanten
* Koopjesjagers

**Revenue Streams:**

* Marketing van supermarkt
* Kleine % van de gemeente gebruiken om korting te geven op producten
* Partnerships & Sponsorships -> supermarkt wilt graag hun producten aanbevelen op een app; geven dus korting ervoor (discount partnership sponsor principe)

**Key resources:**

* Appstore
* Applicatieontwikkelaars & web host/servers
* Medewerking van partners & gemeente
* Enkele labels voor ons merk
* Posters
* Apparatuur voor development apps

**Key Activities:**

* Biologisch/organisch kopen
* Spaardoelen
* Realiseren van impact/effecten van acties
* Emotionele feedback/motivatie
* Beloning door punten & gamification -> voldoening krijgen
* Beste deals vinden voor jezelf.
* Stappenplan, tutorial & versimpelen van interface voor mensen die niet weten hoe het product werkt.

**Key partners:**

* Maatschappelijke medewerkers
* Klantenservice team
* Legal team
* Financiële adviseurs die deals kunnen sluiten met ketens/gemeente
* Bonen telers
* Developers
* Leveranciers
* De gemeente
* Albert Hein

**Cost structure:**

* Belangrijke uitgaven:
* Development App
* Funding medewerkers
* Servers
* Loon & Tijd
* App Store onderhouden

Nadat wij klaar waren met de business canvas model zijn wij van plan om het idee te testen en te kijken wat wij eruit moeten halen en wat niet.