SUSTAINABLE BUSINESS MODEL CANVAS

VIGTIGE PARTNERE

— Hvem er vores vigtige partnere?
— Hvem er vores vigtige leverandører?

Samarbejd med lokalmiljøet
Vælg partnere med samme værdier
Stræb efter industrielle symbioser

KERNEAKTIVITETER

— Hvilke kerneaktiviteter kræver værditilbuddet, distributionskanalen, kunderelationen og indtægterne?
— Hvordan kan de blive justeret for at sikre mere bæredygtighed?

NØGLERESSOURCER

— Hvilke nøgleressourcer kræver værditilbuddet, distributions kanalen, kunderelationen og indtægterne?
— Hvordan kan de blive justeret for at sikre mere bæredygtighed?
— Hvilke bæredygtige ressourcer kan vi udskifte til?

CIRKULÆRT DESIGN

— Er produkterne designet cirkulære?
— Er de designet, så de nemt kan blive genbrugt?
— Har vi tænkt på, hvad der sker med produkterne efter endt brug?

VÆRDITILBUD

— Hvilken værdi giver vi til kunderne?
— Hvilket kundeproblem og/eller hvilket socialt/klima- problem hjælper vi?
— Hvilken impact har vi? Kan vi forlænge produktetslivscyklus?

DISTRIBUTIONS-KANALER

— Hvilke kanaler bruger vi til at ramme vores kunder?
— Hvilken lokal/global impact har de?
— Hvad er hvert enkelt distributionskanals CO_2-udledning?

KUNDERELATIONER

— Hvilken type af relation forventer vores kunder af os?
— Hvordan kan vi skabe synergi med dem?
— Hvordan kan vi arbejde i communities med dem og skabe værdi sammen?

EFTER ENDT BRUG

— Hvad sker der efter købet af produkterne?
— Hvad sker der med produkterne når de ikke virker mere eller ikke bliver brugt?
— Kan produkterne blive genbrugt eller upcyklet med profit?

KUNDESEGMENTER

— Hvem skaber vi værdi for?
— Hvem er vores vigtigste kunder?
— Vægter vores kunder bæredygtighed højt?

OMKOSTNINGSSTRUKTUR

— Hvad er de vigtigste omkostninger?
— Hvilke nøgleressourcer er de mest omkostningsfulde?
— Hvilke kerneaktiviteter er de mest omkostningsfulde?
— Koster det ekstra at vælge en bæredygtig løsning?

INDTÆGTER OG BÆREDYGTIG PREMIUM

— Er der en unik fordel i at have en bæredygtig profil?
— Hvad er kunderne villige til at betale?
— Hvad betaler de i dag for et lignende ikke bæredygtigt produkt?

SOCIALE OMKOSTNINGER

— Hvordan påvirker vores forretningsmodel sociallt?
— Sikrer vi lige og fair løn?

SOCIALE FORDELE

— Kan vi tilbyde sociale fordele til vores medarbejdere — Fx 4 dages arbejdsuge, hjemmearbejde, flextid?
— Hvad er de positive effekter på samfundet og økonomien?
— Er vores team inkluderende og diverst?

KLIMA-/MILJØOMKOSTNINGER

— Hvilke klima-/miljøomkostninger medfører vores forretningsmodel?
— Hvilke nøgleressourcer er ikke fornybare? — Hvilke kerneaktiviteter bruger mange ressourcer? — Producerer vi skadeligt affald?
— Hvilke biler har vi? — Hvordan transporterer vi?

KLIMA-/MILJØFORDELE

— Hvilke klima/miljø fordele genererer vores forretningsmodel?
— Hvem drager fordel af det? — Er de potentielle kunder?
— Kan vi transformere fordelene til værditilbud?
— Hvilke positive effekter har vores organisation på kloden?

KILDE — Duffy, X. & Ovesen, M. (2021)
Isbjerget og de bæredygtige bundlinjer – En praktisk guide til bæredygtig forretningsudvikling
zeal ApS – ISBN: 978-87-972684-3-8

Viden om **data**