



# Waardemodel

75 min

In de vorige sessie heb je kennism gemaakt met de waardepropositie. Deze waardepropositie staat centraal in het waardemodel. In het waardemodel werk je verder uit 'hoe' je invulling geeft aan de waardepropositie en 'wie' en 'wat' je daarvoor nodig hebt.

## Waarvoor gebruik je deze tool?

Het waardemodel helpt je om op een gestructureerde manier inzicht te krijgen in wat je nodig hebt om waarde te creëren voor je doelgroep. De uitdaging hierbij is om de bouwblokken zo specifiek mogelijk in te vullen, geen ideeën door elkaar te laten lopen en te focussen op de oplossing.

## Hoe past het in het verhaal?

Het waardemodel staat centraal in de fase 'Testen'. Het helpt je om je idee door meerdere iteraties klaar te maken voor realisatie.

## Tips:

- Mix geen modellen en ideeën met elkaar, dus niet meerdere waardeproposities in één canvas, kopieer het canvas als je meerdere doelgroepen hebt.
- Controleer en test of je waardepropositie invulling geeft aan de behoefte van je doelgroep.
- Wees eerlijk over wanneer iets een aanname is of wanneer iets aantoonbaar is.
- Wees realistisch in je opbrengsten en kosten.



## Aan de slag



**STAP 1:** Kies de doelgroep waar je met je idee de meeste impact kunt maken.

**STAP 2:** Omschrijf de waardepropositie. Focus hierbij op het invullen van de behoefte van je doelgroep.

**STAP 3:** Werk aan de oranje linkerzijde de blokjes communicatie en relaties verder uit; deze zijn gericht op hoe je de doelgroep bereikt. Gebruik hierbij de ondersteunende tool 'Relatie met je doelgroep'.

**STAP 4:** Werk daarna aan de rechterzijde de blokjes mensen, middelen en partners verder uit, gericht op wat je nodig hebt om je waardepropositie te realiseren.

**STAP 5:** De basis van de ondersteunende tool 'Financieel overzicht', hier vul je de elementen opbrengsten en kosten in.

**STAP 6:** Omschrijf het effect van de waardepropositie op de maatschappij en hoe je dit gaat meten. Maak hierbij gebruik van de ondersteunende tools 'Impact meten'.



# Waardemodel

Op zoek naar de waarde van jouw idee

Project:

Datum:



## Waarde

### DOELGROEP

Wie is je doelgroep?

### COMMUNICATIE

Hoe bereik je jouw doelgroep? Welke communicatiemiddelen heb je tot je beschikking?

### RELATIES

Hoe bouw je een waardevolle relatie met je doelgroep?

Voor de doelgroep

### EEN WAARDEVOL IDEE in één zin...

Vul de volgende zin, tussen de haakjes, in:

*Ik [geef aan wat je doet],  
zodat [de doelgroep] [geef aan wat de waarde voor de doelgroep is]*

### Voorbeeld

*(Heilige Plekken) is een (onvergetelijke nachtelijke ervaring met steengoede inhoud in een bijzonder gebouw) zodat (studenten) (deze gebouwen kunnen ervaren en verdiepende gesprekken kunnen voeren in hun zoektocht naar verstillen en verwondering) omdat (Heilige Plekken het jonge mensen gunt om deze plekken te ervaren).*

voor de maatschappij

### EFFECT OP DE MAATSCHAPPIJ

Welke (positieve) invloed heeft jouw idee op de maatschappij of de wereld als geheel?

### METEN

Hoe kun je dat effect meetbaar maken?

### MENSEN EN MIDDELEN

Wie of wat heb je nodig om je idee te realiseren?

### PARTNERS

Welke mensen of bedrijven heb je nodig om je idee te realiseren?

### OPBRENGSTEN EN KOSTEN

Welke opbrengsten zijn er? (Verkoop, donaties, fondsen)  
Wat kan de doelgroep jou bieden?  
Welke kosten moet je maken om het idee te realiseren?

Voor jezelf