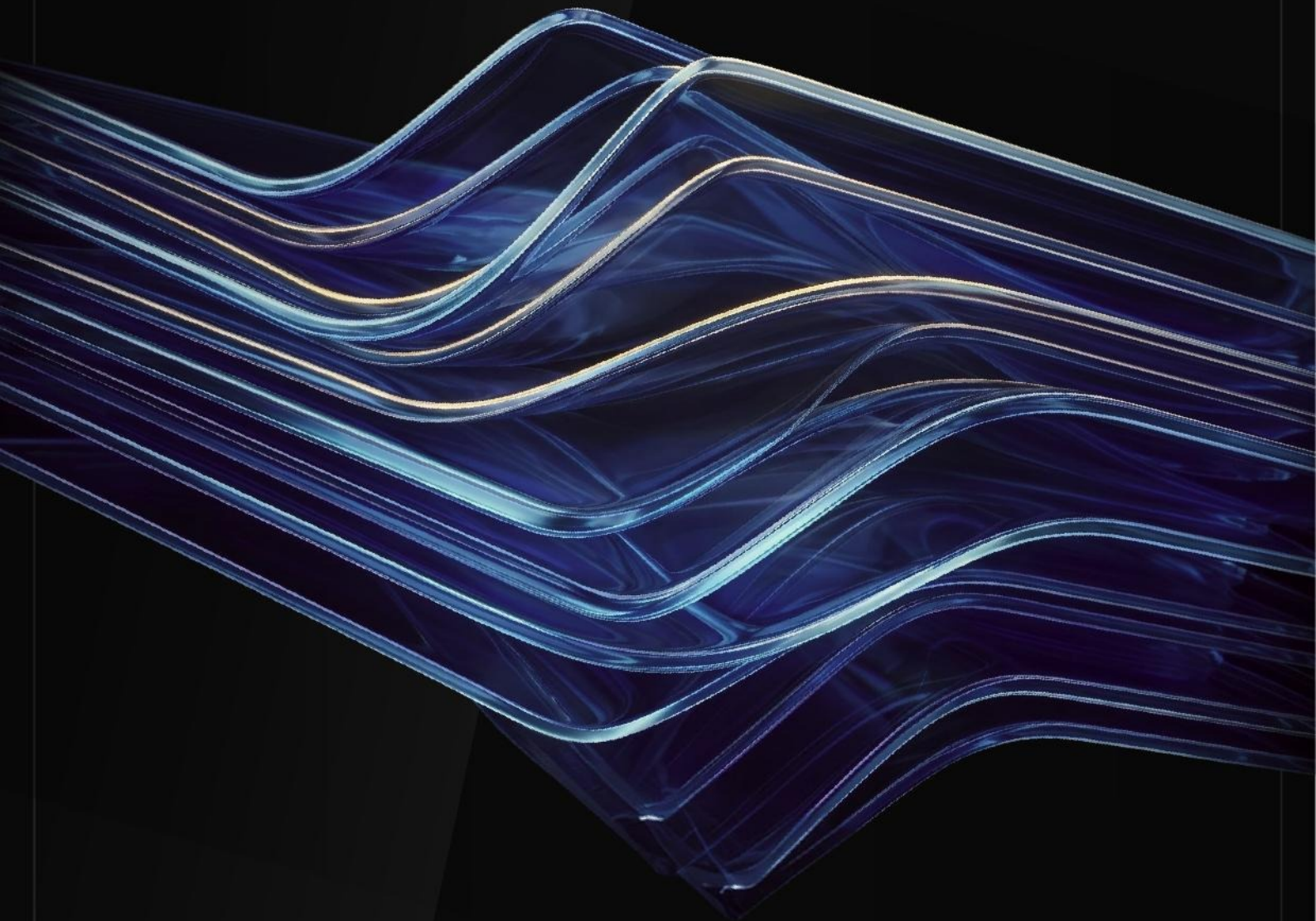


Het Business Model Canvas, klaar om in te vullen

Template · oktober 2026 · Marrallisa Kreijkes



ZO GEBRUIK JE DIT TEMPLATE

Begin bij je klant, eindig bij de cijfers.

Vul de bouwstenen in de genummerde volgorde in. Begin rechts bij wie je bedient en wat je ze biedt, ga dan naar links, naar wat er nodig is om dat te leveren, en sluit af met kosten en inkomsten.

Schrijf korte notities, één idee per regel, en maak een apart canvas per klantsegment als segmenten zich anders gedragen. Zet op elk canvas een datum en een versie, zodat je ziet hoe je denken verschuift.

Door **Marrallisa Kreijkes**, Oprichter van Viralistic en officieel n8n Ambassador

01 CONTROLEER JE CANVAS

Lees het terug als het vol is. Een goed canvas vertelt één samenhangend verhaal.

- ☐ Elke waardepropositie beantwoordt een behoefte van een benoemd klantsegment
- ☐ Elk segment is bereikbaar via minstens één kanaal
- ☐ Elke inkomstenstroom hangt aan waarde waarvoor de klant echt betaalt
- ☐ Kernactiviteiten en kernmiddelen volgen uit de waardepropositie, niet uit gewoonte
- ☐ De kostenstructuur volgt uit de activiteiten, middelen en partners
- ☐ De riskantste aannames zijn gemarkeerd, met een manier om elke aanname te toetsen
- ☐ Het canvas heeft een datum en een versienummer

Business Model Canvas

Ontworpen voor: _____ Datum: _____ Versie: _____

8 KERNPARTNERS Wie levert wat we niet zelf moeten doen?	7 KERNACTIVITEITEN Wat moeten we uitzonderlijk goed doen om die waarde te leveren?	2 WAARDEPROPOSITIES Welk probleem lossen we op, en waarom kiest de klant voor ons?	4 KLANTRELATIES Welke relatie verwacht elk klantsegment van ons?	1 KLANTSEGMENTEN Voor wie creëren we waarde?
	6 KERNMIDDELEN Welke middelen zijn onmisbaar om onze waarde te leveren?		3 KANALEN Hoe wil de klant ons vinden, bij ons kopen en het ontvangen?	
9 KOSTENSTRUCTUUR Welke kosten wegen het zwaarst, en wat drijft ze?			5 INKOMSTENSTROMEN Voor welke waarde wil de klant echt betalen, en hoe?	

Voorbeeld: Atelier Lindengracht (fictief)

8 KERNPARTNERS Wie levert wat we niet zelf moeten doen? · Een leverancier van gerecycled edelmetaal. · Een edelsteenhandelaar. · Een gieterij voor complexe stukken. · Een productfotograaf. · Weddingplanners in de regio.	7 KERNACTIVITEITEN Wat moeten we uitzonderlijk goed doen om die waarde te leveren? · Ontwerpgesprekken voeren. · Ontwerpen, laten gieten en afwerken. · Edelmetaal en stenen inkopen. · Afgerond werk fotograferen en publiceren. · Afspraken plannen en opvolgen.	2 WAARDEPROPOSITIES Welk probleem lossen we op, en waarom kiest de klant voor ons? · Een ring die nergens anders bestaat, samen ontworpen. · Het werk gebeurt zichtbaar in het eigen atelier. · Gerecycled goud met herkomstverklaring. · Eén vast aanspreekpunt van eerste schets tot overhandiging. · Familiegoud krijgt een tweede leven.	4 KLANTRELATIES Welke relatie verwacht elk klantsegment van ons? · Persoonlijk en op afspraak: ontwerpgesprek, 3D-schets en pasmoment. · Na levering elk jaar een gratis reinigings- en controlebeurt. · Een persoonlijke kaart rond de trouwdag.	1 KLANTSEGMENTEN Voor wie creëren we waarde? · Stellen van 28 tot 45 jaar in de regio Amsterdam die een verlovings- of trouwring op maat zoeken. · Internationale professionals in Amsterdam die een persoonlijk stuk willen. · Mensen met geërfde sieraden die ze willen laten omwerken.
	6 KERNMIDDELEN Welke middelen zijn onmisbaar om onze waarde te leveren? · Het vakmanschap van de edelsmid. · Het atelier met werkbank en gereedschap. · Ontwerpsoftware en een 3D-printer voor wasmodellen. · Een portfolio met foto's van eerder werk. · Reviews en klantgegevens.		3 KANALEN Hoe wil de klant ons vinden, bij ons kopen en het ontvangen? · Website met portfolio, prijsindicaties en een afsprakenplanner. · Vindbaarheid op zoekopdrachten als “verlovingsring laten maken Amsterdam”. · Instagram en Pinterest voor inspiratie. · Het atelier op afspraak. · Aanbevelingen van klanten en weddingplanners.	
9 KOSTENSTRUCTUUR Welke kosten wegen het zwaarst, en wat drijft ze? · Waardegedreven. · Vast: huur van het atelier, lonen, software en verzekering. · Variabel: edelmetaal en stenen per opdracht, uitbesteed gietwerk. · Daarnaast website, fotografie en marketing.		5 INKOMSTENSTROMEN Voor welke waarde wil de klant echt betalen, en hoe? · Maatwerkopdrachten met een vaste prijs per ontwerp en een aanbetaling bij akkoord. · Omwerken van bestaande sieraden. · Een kleine vaste collectie trouwringen. · Reparatie en onderhoud.		

Vragen? Neem contact op.



Scan om met Marrallisa te connecten op LinkedIn

Plan een strategisch gesprek: calendly.com/marrallisa/30min

info@viralistic.nl · +31 20 210 1075 · viralistic.nl · Achtergracht 17, 1017 WL Amsterdam