# Cirkulär Business Model Canvas

## Nyckelpartner

- Vilka behöver vi hjälp av för att leverera vårt värdeerbjudande?

**Exempel på partners i en cirkulär affärsmodell:**

- Partners som bidrar till långsiktighet och tillit i värdekedjan
- Leverantörer av cirkulära material, produkter och tjänster som möjliggör den cirkulära affärsmodellen
- Återtillverkare
- Bank/finansiärer med förståelse för cirkulärt värdeskapande

**Symbios**

- Partners för symbiossamverkan kring råvaror, kunskap och kapital

## Nyckelaktiviteter

- Vilka nyckelaktiviteter krävs för att leverera vårt värdeerbjudande?

**Exempel på aktiviteter i en cirkulär affärsmodell:**

- Tillhandahålla produkt som tjänst/funktion
- Utveckla delandeplattform
- Återdistribuera produkter
- Tillverka/distribuera cirkulära produkter
- Regenerera naturliga system

**STRATEGISK UTVECKLING**

- Produktdesign och materialutveckling
- Stimulera cirkulärt beteende hos kunder, partners, internt i företaget

## Nyckelresurser

- Vilka nyckelresurser krävs för att leverera vårt värdeerbjudande?

**Exempel på resurser i en cirkulär affärsmodell:**

- Cirkulära material/komponenter
- Digiala plattformar för produkt som tjänst, delande
- Mark för regenerativt brukande
- Lokala miljöer (natur, kultur)
- Varumärkesbärare
- Tid (cirkulärt värdeskapande sker ofta över lång tid)
- Kunder som levererar tillbaka produkter

**Outnyttjade resurser**

- Restflöden/biprodukter
- Fysiska tillgångar med låg nyttjandegrad

## Värdeerbjudande

- Vilket värde skapar vi för våra kunder?
- Vilka behov kan vi uppfylla?

**Exempel på hur värden kan skapas i en cirkulär affärsmodell:**

- Produkt som tjänst/funktion
- Virtualiserad produkt
- Delandeplattform
- Återdistribuerad produkt
- Återtillverkad produkt
- Produkt av cirkulär råvara/återtaget material
- Tjänst för reparation/uppgradering
- Produkt från regenerativt jordbruk

## Kundrelationer

- Vilken typ av relationer ska vi etablera med våra kunder?

**Exempel på relation i en cirkulär affärsmodell:**

- Förlängd bortom köptillfället
- Digitala plattformar
- Återkoppling på hur produkter/tjänster används
- Samskapande

## Kanaler

- Genom vilka kanaler vill våra kunder bli nådda?
- Hur vill vi nå dem?

**Återtagande**

- Take-back-system (företag, bransch)
- Incitament (pant, rabatt)

## Kundsegment

- För vem skapar vi värde?
- Vilka är våra kunder?

**Exempel på kundsegment i en cirkulär affärsmodell:**

- Köpare/användare av cirkulär produkt eller tjänst/funktion
- Köpare av restflöden eller återtaget material

## Kostnadsstruktur

- Hur är våra kostnader fördelade?
- Vilka aktiviteter och resurser är dyrast?

**Exempel på kostnader i en cirkulär affärsmodell:**

- Cirkulär råvara
- Återvinning/återtillverkning av material/produkter
- Initiala investeringar för att bygga upp produktflotta vid leasing/uthyrning
- Långsiktiga investeringar för att regenerera naturliga system/lokala miljöer
- Långsiktiga investeringar för strategiskt utveckling

**Besparingar**

- Kostnader som kan minska/försvinna genom cirkulär utveckling eller symbios
- Fysiska tillgångar med låg nyttjandegrad

## Intäktsströmmar

- Vad är våra kunder villiga att betala för?
- Hur och när sker betalningarna?

**Exempel på intäkter i en cirkulär affärsmodell:**

- Avtal för produkt som tjänst/funktion vilket kan bestå i hyra/leasing, abonnemang, betalning per användningstillfälle
- Försäljning av cirkulär produkt
- Försäljning av tjänst för reparation/uppgradering
- Intäkter från restflöden i en symbios

## Påverkan

Vilken påverkan har affärsmodellen på planet och samhälle?

**Negativ påverkan på planet och samhälle**

- Leder vår affärsmodell till någon negativ påverkan på planet och samhälle?
- Vilka aktiviteter kan vi göra för att minska vår negativa påverkan?
- Riskerar vår negativa påverkan att skada varumärke och kundrelationer?

**Positiv påverkan på planet och samhälle**

- Leder vår affärsmodell till någon positiv påverkan på planet och samhälle?
- Hur kan vår affärsmodell bidra till ytterligare positiv påverkan?
- Vilket värde tillför vår positiva påverkan till varumärke, kunder och partners?

Version 2.0

tillväxtverket · SMICE · Region Jämtland Härjedalen · Strategyzer.com >> · Fjällhubben Vemdalen – Funäsdalen · CircularEconomy.se · Interreg Sverige-Norge · almi · Finansieras av Europeiska unionen · CIREKO