
BLUE OCEAN MODEL en andere bekende business modellen

OVERZICHT

#	Topic
1	Cirque du Soleil
2	Wat is het Blue Ocean Model?
3	Andere bekende business modellen
4	Cases in de wereld van business modellen
5	Oefeningen

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

Heb je ooit een voorstelling van Cirque du Soleil bezocht?
Als het antwoord 'Ja' is, dan moet je het met mij eens zijn: het is een magische ervaring.

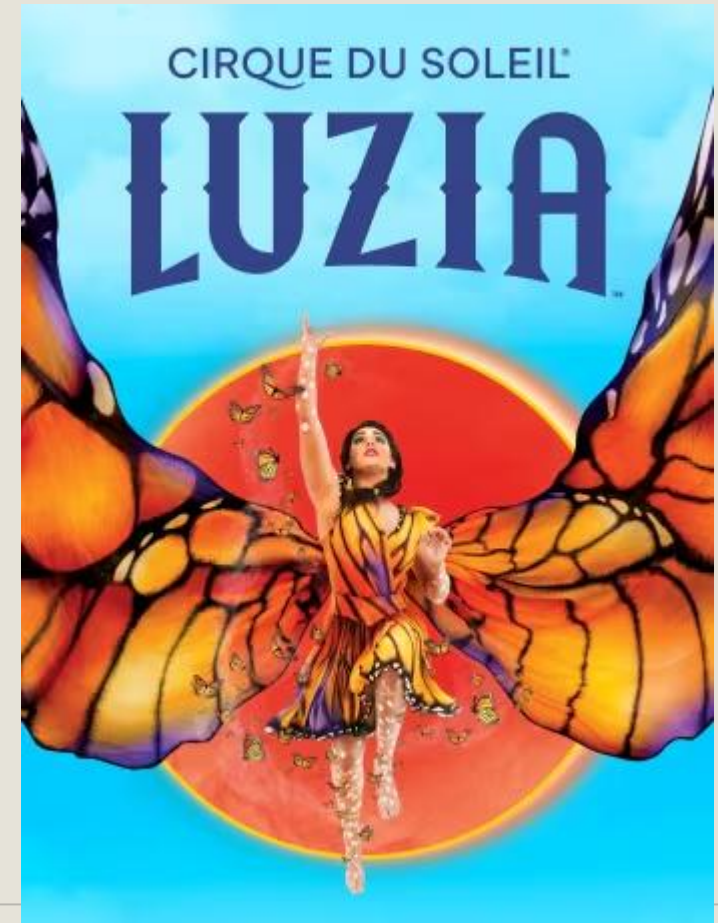
Cirque du Soleil is een internationaal entertainmentbedrijf dat circus combineert met theater, muziek, dans en spectaculaire acrobatiek. Het bedrijf ontstond in 1984 in Québec, Canada, en groeide uit tot een wereldwijd bekend merk.

1. CIRQUE DU SOLEIL

Het concept verschilt sterk van het traditionele circus, onder meer doordat dieren geen centrale rol spelen. De nadruk ligt op menselijke prestaties, artistieke vormgeving en het vertellen van een verhaal. Iedere show heeft een eigen thema, sfeer en visuele identiteit.

Acrobaten voeren onder andere luchtacrobatiek, trapezenummers, evenwichtsoefeningen en andere spectaculaire acts uit.

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

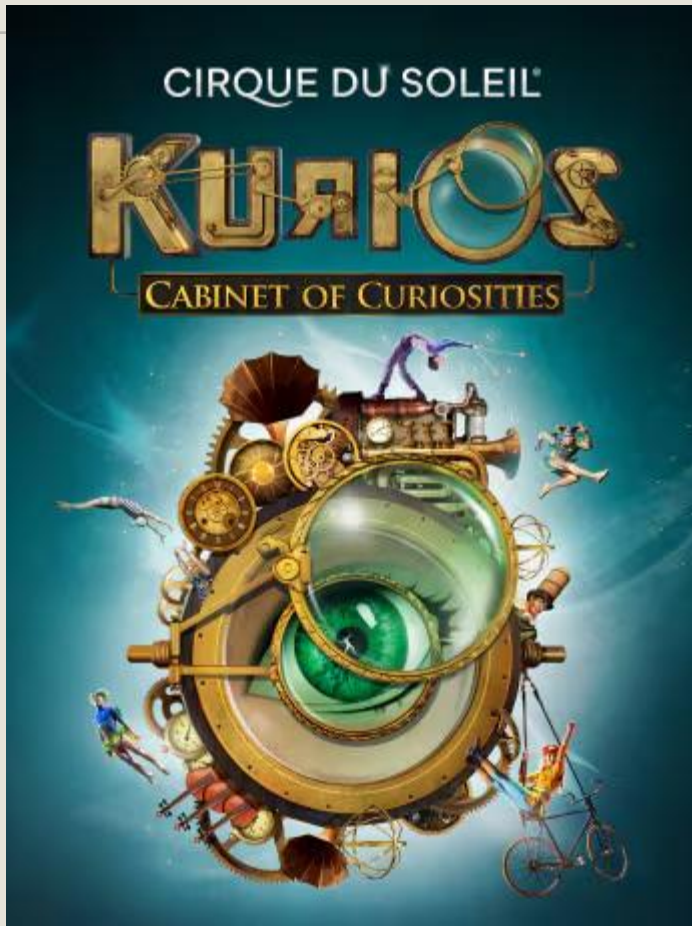
Deze acts worden gecombineerd met dans, humor, kostuums, licht, decor en muziek. De voorstelling bestaat daardoor niet uit afzonderlijke circusnummers, maar vormt zoveel mogelijk één artistiek geheel. Muziek speelt daarbij een belangrijke rol en wordt bij veel producties live uitgevoerd.

Uitbundige kostuums en grime veranderen de artiesten in herkenbare personages binnen de wereld van de voorstelling.

1. CIRQUE DU SOLEIL

Ook de belichting en visuele effecten zijn nauwkeurig afgestemd op de bewegingen van de artiesten. Achter de schermen is een grote technische ploeg nodig om alles veilig en op het juiste moment te laten verlopen. Cirque du Soleil brengt zowel reizende producties als voorstellingen op vaste locaties. De reizende producties kunnen worden opgevoerd in arena's of in een grote circustent, de zogenaamde 'Grand Chapiteau'.

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

Rond zo'n tent ontstaat een tijdelijke infrastructuur met publieksruimtes, technische installaties, artiestenvoorzieningen en logistieke zones. Voor de opbouw en afbraak moeten grote hoeveelheden materiaal tussen verschillende steden worden vervoerd. Vaste producties beschikken vaak over een theater dat specifiek voor de betreffende show is ingericht. Hierdoor kunnen complexere podia, bewegende constructies, waterbassins en andere technische installaties worden gebruikt.

1. CIRQUE DU SOLEIL

Veiligheid is bijzonder belangrijk omdat veel artiesten complexe en potentieel gevaarlijke acrobatische prestaties uitvoeren. Voor en tijdens de voorstellingen worden materiaal, kabels, ophangsystemen en andere technische voorzieningen daarom gecontroleerd. Ook buiten de eigenlijke voorstelling probeert Cirque du Soleil een volledige bezoekerservaring te creëren. Bezoekers worden ontvangen in een omgeving die qua inrichting en sfeer aansluit bij het bijzondere karakter van het circus.

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

Veiligheid is bijzonder belangrijk omdat veel artiesten complexe en potentieel gevaarlijke acrobatische prestaties uitvoeren. Voor en tijdens de voorstellingen worden materiaal, kabels, ophangsystemen en andere technische voorzieningen daarom gecontroleerd. Ook buiten de eigenlijke voorstelling probeert Cirque du Soleil een volledige bezoekerservaring te creëren. Bezoekers worden ontvangen in een omgeving die qua inrichting en sfeer aansluit bij het bijzondere karakter van het circus.

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

Een productie vereist daardoor niet alleen artiesten, maar ook technici, kostuummakers, productiemedewerkers, verkopers en andere ondersteunende medewerkers. Achter één voorstelling gaat dus een omvangrijke organisatie schuil waarin artistieke, technische en commerciële activiteiten samenkomen.

1. CIRQUE DU SOLEIL

Cirque du Soleil verkoopt uiteindelijk niet alleen een circusvoorstelling, maar een complete vorm van live entertainment en beleving.

Juist de combinatie van spectaculaire menselijke prestaties, storytelling, muziek, technologie, infrastructuur en dienstverlening vormt de kern van het concept.

1. CIRQUE DU SOLEIL



1. CIRQUE DU SOLEIL

VRAAG: Wat maakt Cirque du Soleil zo'n uniek concept?

1. CIRQUE DU SOLEIL

ANTWOORD:

geen dieren zoals in circus

technische hoogstandjes

live muziek

vertellen van een verhaal

artistieke vormgeving

visueel aspect: uitbundige kostuums en grime

volledige bezoekerservaring

elke voorstelling is 1 artistiek geheel

combinatie van theater, muziek, dans en
spectaculaire acrobatiek

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?

Het Blue Ocean-model is een business model dat een innoverend concept creëert door tegelijkertijd de ‘customer value’ te verhogen en de kosten te reduceren.



2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?



Red Ocean verwijst naar de ‘bloedige’ concurrentiestrijd om een plaats in de markt

Blue Ocean = creatie van een nieuwe markt

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?

KERNPRINCIPES

- ✓ Een **nieuwe markt** in het leven roepen, een **eigen nieuwe vraag** creëren
- ✓ De **concurrentie irrelevant** maken
- ✓ Opereren in ‘**een blauwe oceaan, zonder haaien**’

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?

BOUWSTENEN



2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?



ELIMINEREN

Welke zijn de factoren in het business model waarop de sector al lang teert en die het bedrijf kan elimineren?

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?



VERMINDEREN

Welke factoren in het business model kan het bedrijf verminderen tot ver onder de huidige norm van de sector?

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?



VERHOGEN

Welke factoren in het business model moeten worden versterkt tot ver boven de norm van de sector?

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?



CREËREN

Welke factoren kan het bedrijf in het business model integreren die de sector nooit heeft aangeboden?

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?

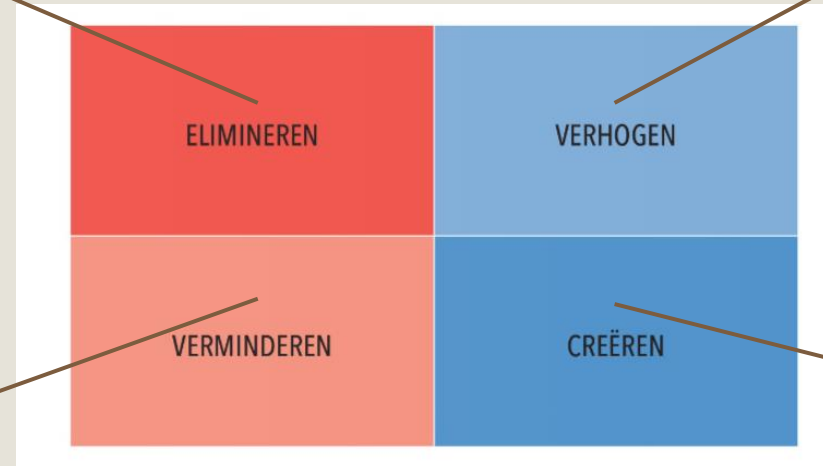


CIRQUE DU SOLEIL®

Geen dierenshows meer
(typisch voor het traditionele
circus)

Meer focus op doelpubliek
van volwassenen en
(bijhorende) premium
pricing

Veel minder accent op
humor en doelpubliek van
kinderen
(typisch voor het traditionele
circus)



Themashows met unieke
sfeer en sterke visuele
effecten door mix van
kostuums, grime, decors,
choreografie, muziek, ...

nieuw

2. WAT IS HET BLUE OCEAN MODEL?

SUCCES VAN CIRQUE DU SOLEIL SAMENGEVAT

kostenreductie

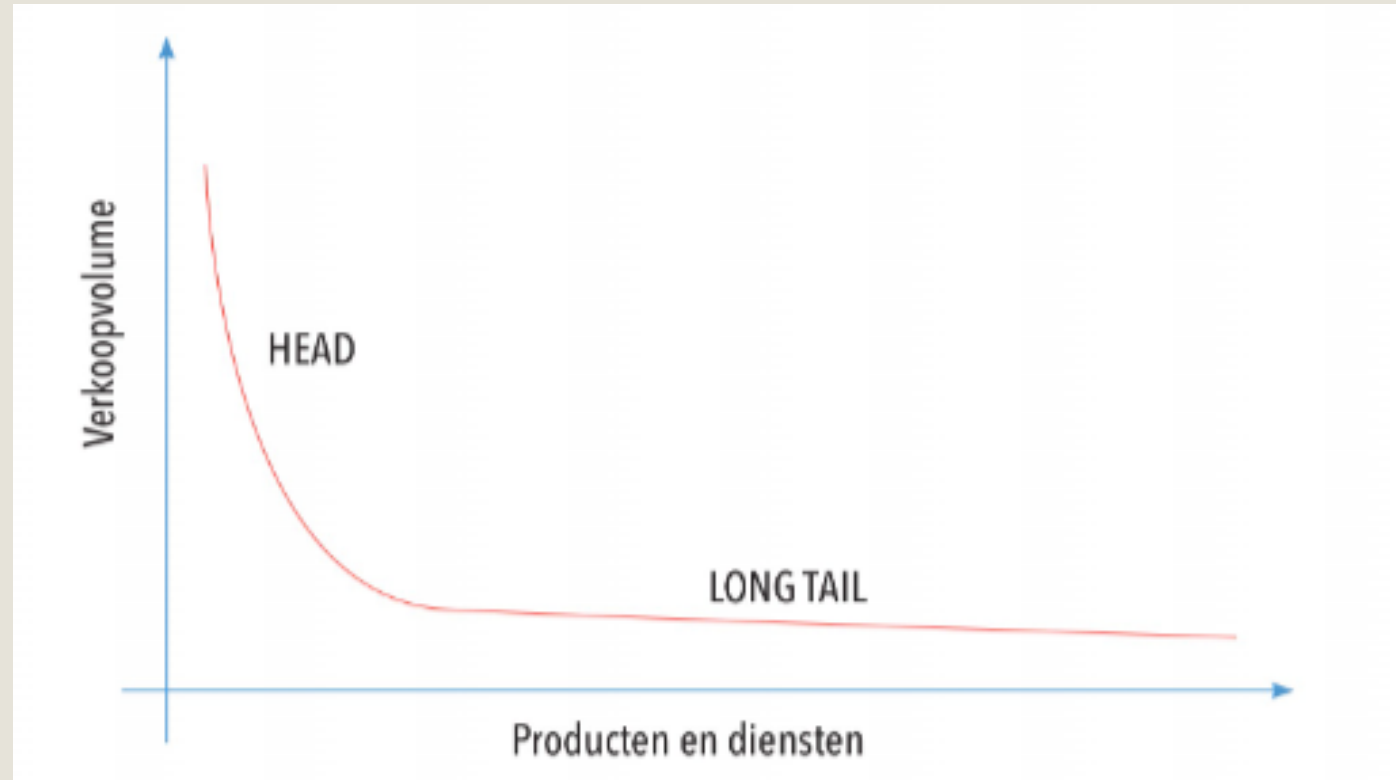
CDS verliet de traditionele circusmarkt met dieren- en clownacts met een doelpubliek van kinderen en ging 'een andere vorm van circus' maken, voor volwassenen als doelpubliek, met de creatie van een nieuw concept dat een unieke combinatie is van unieke sfeer en visuele beleving.

creatie customer value

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

LONG TAIL

De naam betekent ‘lange staart’ en verwijst naar de grafische voorstelling van het model.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Bedrijven die dit model gebruiken werken op twee fronten: enerzijds leggen ze de verkoopfocus op de meest verkopende producten en diensten ('hardlopers' of 'kaskrakers'). Anderzijds zorgen ze er voor dat ze veel nicheproducten en –diensten in huis hebben ('traaglopers').

Het succes van dit model bestaat erin dat de consument voor 'werkelijk alles' terecht kan bij het bedrijf. Het aanbod is 'eindeloos'.

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Amazon heeft dit model ontdekt door eerst enkel te focussen op topproducten (20% van het assortiment zorgt voor 80% van de omzet), en dan het assortiment enorm uit te breiden.

Vandaag haalt Amazon al meer dan 40% van de omzet uit nicheproducten!

‘Bij ons kan je alles krijgen’ is de boodschap.



3. ANDERE BEKENDEN BUSINESS MODELLEN

FREEMIUM

De naam is een samentrekking van 'free' en 'premium'.



FREE



PREMIUM

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Bedrijven die dit model gebruiken bieden een gratis basisversie van hun product of dienst aan (dit om zoveel mogelijk klanten aan te trekken) en zetten in op het ‘converteren’ van klanten naar de betalende versie van het product of dienst.

Een kritieke factor in het verhaal is het ‘conversiepercentage’, de verhouding tussen betalende en niet-betalende klanten. Het zijn immers de betalende klanten die het gratis gebruik financieren.

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

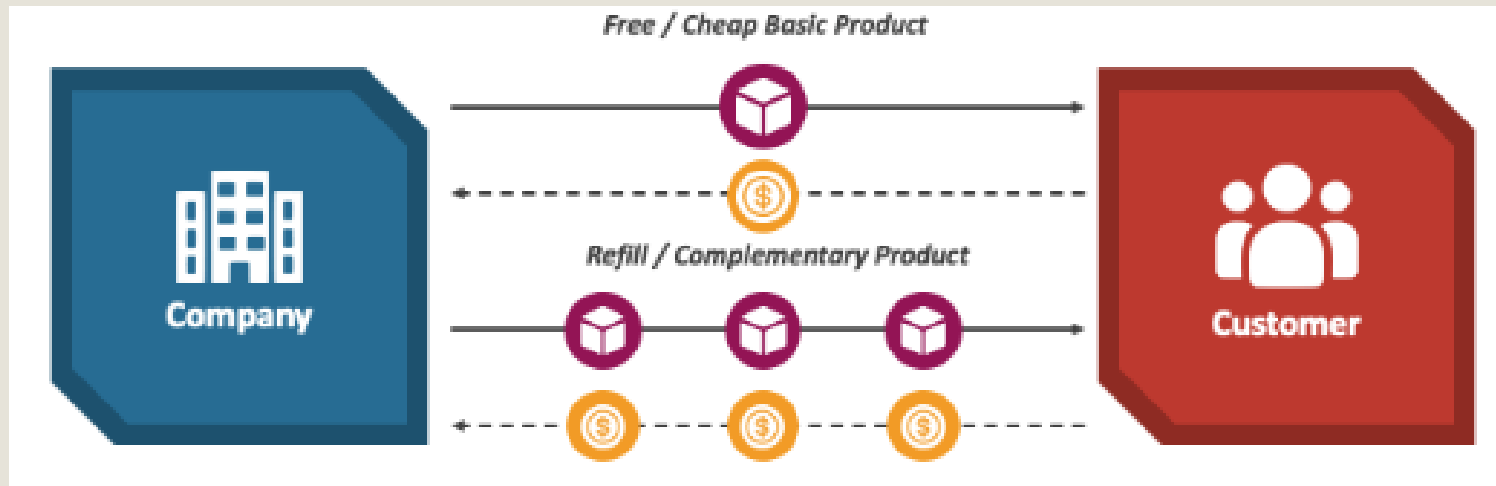
Wordpress, een wereldwijd immens populair platform om websites te bouwen, biedt zijn gebruikers de mogelijkheid om snel en zonder al te veel moeite een website te bouwen. De advertenties moeten ze er dan wel bijnemen. Overschakelen naar een betalende versie levert meer functionaliteiten en een advertentievrije website op.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

BAIT AND HOOK

De naam betekent ‘aas’ en ‘haak’ en verwijst naar de combinatie van basisproduct of –dienst en toebehoren.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Bedrijven die dit model gebruiken vertrekken van een product op dienst waarop eerder bescheiden winstmarges worden geboekt. Het gebruik van het product of dienst kan echter niet zonder dat de klant 'toebehooren' aankoopt. De frequente aankopen van die 'complementaire producten of diensten' leveren de hogere winsten.

Dit business model wordt ook wel 'lock-in' genoemd: klanten worden dus afhankelijk gemaakt.

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

HP veroverde de markt met zijn goedkope inkjetprinters. Op die printers boekt HP een beperkte winst. Zonder inkjetpatronen echter geen afdrukken. De gebruiker moet dus op frequente basis inktpatronen aankopen waarop het bedrijf dan weer een hoge winstmarge heeft.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

ADD-ON

De naam betekent ‘toevoeging’ en verwijst naar de extra’s die een klant koopt bovenop het basisproduct of –dienst.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Bij het add-on businessmodel lokt een bedrijf klanten met een goedkoop of scherp geprijsd basisproduct. Vervolgens verdient het bedrijf extra geld door talloze optionele extra's ('add-ons') te verkopen, waar vaak een erg hoge winstmarge op zit.

In die zin is het vergelijkbaar met het 'bait and hook' model, maar hier gaat het om de echte 'extra's', dus producten of diensten die niet strikt noodzakelijk zijn om van het basisproduct of –dienst te genieten.

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

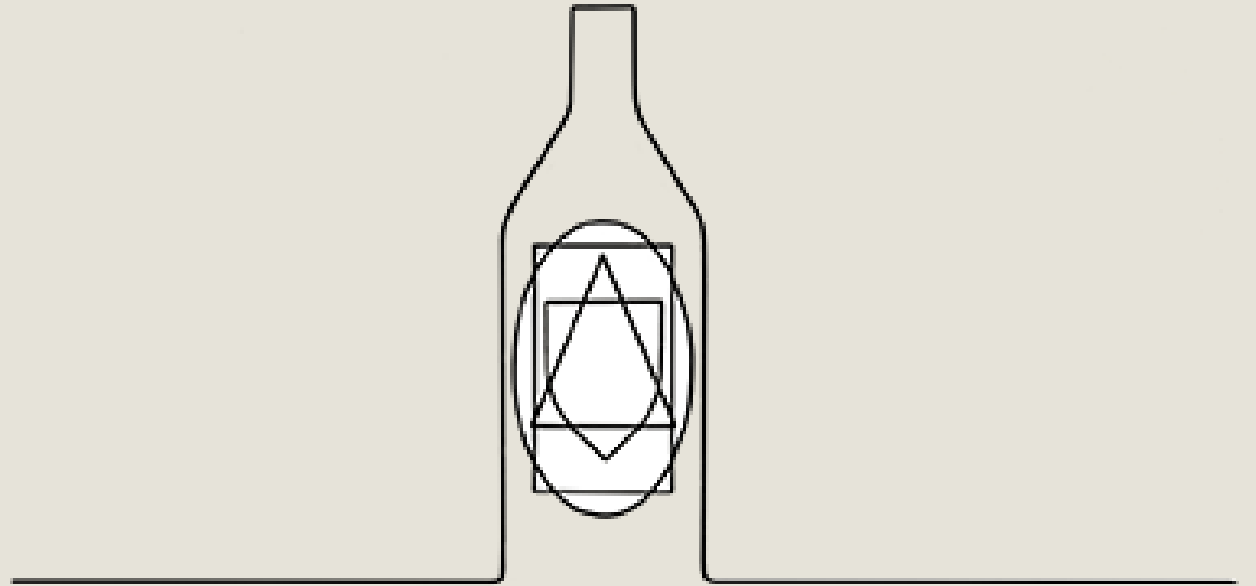
Bij Ryanair bestaat het add-on-model erin dat de basisvlucht heel goedkoop wordt aangeboden, terwijl alle extra diensten en comfortopties apart worden afgerekend, zoals stoelreservering , ruimbagage of extra handbagage, priority boarding, ...



3. ANDERE BEKEND BUSINESS MODELLEN

WHITE LABEL

De naam betekent ‘blanco sticker’. Een fabrikant maakt een product voor een bedrijf dat er zijn eigen naam of merk op aanbrengt.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Bedrijven die dit model gebruiken maken gebruik van schaalvoordelen door ‘vrij gestandaardiseerde’ producten op de markt te brengen waarvoor geen zware investeringen op vlak van reclame en marketing moeten gebeuren. Deze producten doen het goed qua prijs (ten opzichte van de bekende A-merken), vooral in tijden van crisis en inflatie, en moeten niet per se inboeten qua kwaliteit (ook al bestaat die perceptie doorgaans wel bij de consument).

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Het meest bekende voorbeeld van een white label is het merk 'Olé' dat supermarktketen LIDL op de markt brengt als alternatief voor het A-merk 'Leo'. Er zijn nagenoeg geen kwaliteitsverschillen tussen beide producten.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

FRANCHISING

Het gaat over een samenwerking waarbij een zelfstandige ondernemer het recht krijgt om een bekend merk, logo en bedrijfsconcept te gebruiken van de eigenaar.



3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

De franchisegever biedt een bewezen bedrijfsformule, leveringsketen, training en marketing aan. De franchisenemer start een eigen vestiging, investeert eigen geld en runt de zaak volgens de vaste regels van de formule.

De franchisenemer betaalt instapkosten en een maandelijks percentage van de omzet (royalties) aan de eigenaar. Hij is baas over zijn eigen personeel en zaak, maar moet zich strikt houden aan de huisstijl en richtlijnen van het merk.

3. ANDERE BEKENDE BUSINESS MODELLEN

Carrefour Market is een van de grootste franchiseformules in de Belgische wereld van supermarkten, waarbij circa 90% van alle Belgische vestigingen door franchisenemers wordt uitgebaut.



4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Hierna volgen een aantal cases in de wereld van business modellen. Elke case wordt kort beschreven en geïllustreerd met het logo van het betrokken bedrijf.

Kan je achterhalen welk business model achter elke case schuilgaat?

4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Nespresso is een wereldwijd bekend merk van portiekoffie en capsules. Het systeem combineert speciale koffiemachines (vaak gemaakt door partners zoals De'Longhi en Krups) met luchtdichte aluminium cups om thuis snel en eenvoudig espresso te zetten.



4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Netflix biedt niet alleen grote megahits aan, maar ook een enorm aanbod aan minder bekende nichecontent. Al die kleine nichefilms, documentaires en buitenlandse series verkopen of bekijken per stuk weinig, maar samen vormen ze een gigantische en winstgevende markt



4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN



Gillette verkoopt zijn scheermesjes goedkoop, maar vraagt een hoge prijs voor de vervangende mesjes die je later steeds opnieuw moet kopen. Je koopt dus een goedkoop scheermesje met een handvat. Je moet steeds dure nieuwe mesjes kopen om het apparaat te blijven gebruiken.

4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Je kunt de muziekdienst Spotify gratis gebruiken met reclame of betalen voor een abonnement zonder reclame en met extra functies: je kunt muziek offline opslaan en nummers onbeperkt skippen.



4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Om een McDonald's-restaurant te openen als zelfstandige ondernemer heb je een eigen vrij vermogen nodig van minstens € 500.000, veel horeca-ervaring en je moet een strenge selectieprocedure doorlopen via McDonald's België.



4. CASES IN DE WERELD VAN BUSINESS MODELLEN

Everyday is een merk van Colruyt. Het gamma bestaat uit eenvoudige basisproducten voor dagelijks gebruik zoals voeding (melk, koffie, diepvriesfrietjes) en huishoudartikelen (zakdoekjes, batterijen). De producten hebben een eenvoudige verpakking en zijn altijd het goedkoopst in hun soort.

The logo for the 'Everyday' brand, featuring the word 'Everyday' in a black, handwritten-style script. A thick, curved black line arches underneath the text, starting from the 'E' and ending under the 'y'.

5. OEFENINGEN

Oefening 1:

Zoek andere voorbeelden van de business modellen die we hebben besproken en leg kort uit waarom het business model van toepassing is.

5. OEFENINGEN

Vb Blue Ocean	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb Long Tail	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb Freemium	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb Bait and Hook	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb Add-On	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb White Label	Uitleg

5. OEFENINGEN

Vb Franchising	Uitleg

5. OEFENINGEN

Oefening 2:

Naast de besproken business modellen, zijn er zijn nog vele andere.

Hierna volgen enkele bedrijven die de laatste jaren een enorme vlucht hebben genomen (= heel succesvol zijn). Zoek uit welk business model aan de grondslag ligt van het succes.

5. OEFENINGEN

Succesvol bedrijf	Business model
	

5. OEFENINGEN

Succesvol bedrijf	Business model
Uber	

5. OEFENINGEN

Succesvol bedrijf	Business model
	

5. OEFENINGEN

Succesvol bedrijf	Business model
 The Tesla logo is displayed in red. It features a stylized 'T' with a curved top and a pointed bottom, with the word 'TESLA' in a sans-serif font below it.	

5. OEFENINGEN

Succesvol bedrijf	Business model
	

5. OEFENINGEN

Oefening 3:

Welk business model is of welke business modellen zijn van toepassing op het bedrijf of de organisatie van jouw onderzoekscompetentie?

5. OEFENINGEN

Business model(len) (+ uitleg)

5. OEFENINGEN

Business model(len) (+ uitleg)