Fit for Circular Finance **Training**

MODULE 3

PROVINCIE :: UTRECHT

CIRCULAR FINANCE LAB

DEZE TRAINING IN VOGELVLUCHT

We starten vandaag hier!

Module 1 | Kies een strategisch startpunt

- Voegt jouw bedrijf echt iets toe? *#Refuse.*
- Kies een slimme circulaire strategie
- Breng je circulaire netwerk in kaart
- Sla munt uit meervoudige waarde-cycli

Module 2 | Financiering van je circulaire businessmodel

- Waarvoor heb je financiering nodig?
- Kunnen strategische (keten)partners bijdragen?
- Welke financieringsvorm past er het beste bij?

Module 3 | Cashflow optimalisatie: *Pricing*

- Kies een goede prijs opbouw
- Onderwijs je klant: waar betaalt de klant voor?
- Onderwijs je financier: welke externaliteiten neem je weg?

Module 4 | Maak je propositie zo robuust mogelijk: *Assets*

- Marktwaarde (tweedehandsmarkt)
- Circulariteit van de *asset* en restwaarde
- Opbrengstprestatie van de *asset*

Module 5 | Maak je propositie zo robuust mogelijk: Contract

- Flexibel of vast
- Verantwoordelijkheden en verzekeringen
- Grip op contract & contractwaarde

Module 6 | Comfort: klantportefeuille & ketenpartners

- Klantportefeuille (B2B/B2C, spreiding, volume)
- De rol van de waardeketenpartners
- Afsluiting: De belangrijkste *asset* ben jij!

Module 3

Cashflow-optimalisatie: *pricing*

In deze Module gaan we aan de slag met de vragen: ‘Hoe prijs ik mijn PaaS propositie?’ Hoe zorg ik voor een stabiele kasstroom en transparante prijsopbouw voor mijn klanten? Ook bieden we je in deze module praktische tips voor het meenemen van je klant én van je financier.

In deze module leer je:

- wat jouw gemiddelde *service*kosten zijn en de ruimte die je hebt voor tegenslagen;
- hoe jij jouw gebruiker kunt betrekken;
- hoe jij je gebruiker en financier mee kunt nemen in jouw propositie.

Door de ogen van de financier

De tijdspanne tussen de benodigde investering van werkkapitaal en het genereren van winst door inkomende kasstromen – zoals we in de vorige module ook al zagen - vormt een probleem voor financiers.

Een kernvraag van een bankier is: welke ruimte er is in de kasstroom (na kosten en investeringen) om aan de financieringsverplichtingen (rente- en aflossingsbetalingen) te voldoen?

Eén manier om daarop in te spelen is via *pricing*, door een solide en transparante prijsopbouw te maken.

‘Er zit een spanningsveld tussen een te lage prijs en een te hoge prijs. Met een lage prijs trek je meer mensen aan, maar voor bepaalde producten ook meer mensen die mogelijk frauderen. Met een hoge prijs verlies je weer een gedeelte van de markt.

— Julie Munneke-Trump, Founder Tiny Library

De gemiddelde kosten voor het leveren van jouw diensten aan jouw eindgebruiker wordt de *Average Cost of Service (ACS)* genoemd.
Kern hierbij is het identificeren van de uitgaven die jij doet per klant. Met welke afdelingen komen bestaande klanten voortdurend mee in aanraking? Denk aan bijvoorbeeld:

- De eerste aankoop of productie van een product. Deze investering moet in de tijd worden afgeschreven.
- De initiële verzendings- of installatiekosten van het product zodat de klant het kan gebruiken.
- Eventuele vaste maandelijkse kosten om alle abonnees te bedienen: verwachtte reparaties & onderhoud, helpdesk.
- Kosten voor ontmanteling en retourlogistiek als de klant het abonnement opzegt.
- Kosten voor het monitoren van producten over hun levenscyclus.

Wat zijn jouw gemiddelde kosten voor het leveren van jouw diensten aan jouw eindgebruiker?