

Arbeitsmaterial zur Entwicklung (digitaler) Geschäftsmodelle

Die Canvases wurden in Vorbereitung eines Intensivworkshops „In drei Tagen zum digitalen Geschäftsmodell“ entwickelt. Sie ermöglichen Unternehmen die systematische Betrachtung des bestehenden Geschäftsmodells und leiten diese dabei an, das eigene Geschäftsmodell digital zu denken sowie konkrete Handlungsschritte für die Implementierung durch die selbstständige Bearbeitung des Materials einzuleiten.

Der Workshop und das Arbeitsmaterial wurden im Rahmen der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) finanzierten Förderinitiative „Mittelstand digital“ im Projekt „Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum-Berlin“ durch den Fachbereich IT-Entrepreneurship an der Universität Potsdam entwickelt.

CANVAS I	Wir sind...
CANVAS II	Herausforderungen
CANVAS III	Verstehen des Nutzers
CANVAS IV	Nutzer und Wertversprechen
CANVAS V	Wertschöpfung Wertbereitstellung Wertmonetarisierung
CANVAS VI	Maßnahmensteckbrief

Prof. Dr. Katharina Hölzle
Fachbereich IT-Entrepreneurship
Hasso Plattner Institut
Campus III, Haus G3, Raum G-3.2.09
Rudolf-Breitschaft-Str. 187
14482 Potsdam, Deutschland

Autoren:

Prof. Dr. Katharina Hölzle, Sophie Petzolt, Oliver Kullik, Fabian Gerhardt, Sophie Jacobs
Veröffentlicht am 15.02.2020



CANVAS I

Wir sind...


Unternehmen

EURE TEAMMITGLIEDER



UNSERE SUPERPOWER

Unser Unternehmen ist einzigartig, weil...



ICH BIN

Name	Expertise	Rolle im Unternehmen	Meine Stärken

ICH BIN

Name	Expertise	Rolle im Unternehmen	Meine Stärken

ICH BIN

Name	Expertise	Rolle im Unternehmen	Meine Stärken

ICH BIN

Name	Expertise	Rolle im Unternehmen	Meine Stärken

ICH BIN

Name	Expertise	Rolle im Unternehmen	Meine Stärken

CANVAS II

Herausforderungen

HERAUSFORDERUNGEN

Die Herausforderung, die wir heute mitgebracht haben, ist...
Warum ist es eine Herausforderung?
Warum ist die Herausforderung so relevant?



AKTUELLE LÖSUNGEN UND INSPIRATIONEN

Wie wird diese Herausforderung aktuell gelöst?
Wie werden ähnliche Herausforderungen von anderen Unternehmen gelöst und welche Inspirationen liefern sie uns?



UNSERE HERAUSFORDERUNG IST...

Bitte beschreiben Sie die Herausforderung so konkret wie möglich. Orientieren Sie sich an den beispielhaften Satzstrukturen.

Wie können wir für ... das ... verbessern?

Wie können wir ... verbessern, um ... zu erreichen?

Wie können wir ... lösen, um ... zu verbessern/erhöhen/verringern?



CANVAS III

Verstehen des Nutzers

WER SIND UNSERE NUTZER?

Bitte beschreiben Sie kurz die einzelnen Nutzergruppen.



WAS SOLLEN WIR FRAGEN?

Wer, Wie, Was, Wieso, Weshalb, Warum? Wie sieht die aktuelle Nutzerreise aus?
Denken Sie daran 5*WARUM zu fragen, um zu dem Kern des Problems zu kommen.



WAS HABEN WIR AUS DEN INTERVIEWS GELERNT?

Beschreiben Sie, was Sie aus den Interviews ableiten können und warum.
Was hat Sie überrascht?
Welche Details sind Ihnen aufgefallen?



AKTUELLE NUTZERERFAHRUNG | NUTZER-BERÜHRUNGSPUNKTE | NUTZERZENTRIERTE HERAUSFORDERUNG

Wie agiert der Nutzer aktuell mit unserem Unternehmen, unserem Produkt, unserer Dienstleistung? Wie nimmt der Nutzer diese wahr?
Was sind die kritischsten Schritte? Welche relevanten Stakeholder sind dabei involviert? Wo liegen hier die Pains & Gains?
Denken Sie auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse über Ihre Herausforderung nach und passen Sie diese gegebenenfalls an.



CANVAS IV

Nutzer und Wertversprechen

UNSERE PERSONA

Bitte entwickeln Sie eine Persona.
Visualisieren Sie diese kurz und beschreiben Sie diese detailliert (Alter, Herkunft, Qualifikation, Umfeld, Erwartungen, Interessen, Bedürfnisse, Bedenken usw.).
Was macht unsere Persona glücklich?



JOBS-TO-BE-DONE

Welchen Job möchten die Nutzer sowohl in ihrem Arbeitsalltag als auch in ihrem normalen Alltag erledigen?
Mit welchen Produkten und Services helfen wir unserer Persona ihren/seinen Job besser zu erledigen?



VALUE PROPOSITION

Was ist unsere Value Proposition?
Was ist unsere Lösung für die Herausforderung?
Was ist unser Nutzen/unsere Wertversprechen?



ANGESTREBTE NUTZERERFAHRUNG

Wie sollte die angestrebte Nutzererfahrung aussehen?



CANVAS V

Wertschöpfung | Wertgewinnung | Wertbereitstellung

AKTIVITÄTEN

Welche Aktivitäten benötigen wir, um unser Wertversprechen umzusetzen?



RESSOURCEN

Welche Ressourcen benötigen wir, um unser Wertversprechen zu realisieren?



PARTNER

Wer sind unsere Partner?
Welche Partner benötigen wir, um unser Wertversprechen umzusetzen und um einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen?
Welche Aktivitäten müssen unsere Partner erbringen?



KUNDENBEZIEHUNG & DISTRIBUTIONSKANÄLE

Über welche Kanäle möchten wir unsere Kunden erreichen?
Welche Kommunikations- und Marketinginstrumente nutzen wir dafür?



KOSTENTREIBER

Welche Kostentreiber sind zu berücksichtigen?










MONETARISIERUNG

Wie generieren wir damit Umsätze?
Wofür ist der Kunde bereit zu zahlen?



CANVAS VI

Maßnahmensteckbrief

<p>MAßNAHME</p> 	<p>ZIEL & BESCHREIBUNG DER MAßNAHME</p> 	<p>TEAM</p> 	<p>RESSOURCEN</p> 
<p>ZEITRAUM</p> 			
<p>VORGEHENSWEISE & METHODE</p> 	<p>STAKEHOLDER</p> 	<p>RISIKEN</p> 