










Strategieentwicklung

Business Model Generation

Das Business Model Generation Canvas ist ein visuelles Denkinstrument. Es wurde von Alexander Osterwalder & Yves Pigneur entwickelt und ist ideal für die zukunftsweisende Gestaltung von Unternehmen. Das Geschäftsmodell beschreibt das Grundprinzip, nach dem eine Organisation Werte schafft, vermittelt und erfasst.

Wer sind Ihre wichtigsten Kunden? Welche Bedürfnisse und Probleme haben diese Kunden, wenn sie sich an Sie wenden? Wofür ist er bereit, Geld auszugeben? Mit welchen Ressourcen sind Sie in der Lage, ihnen die gewünschten Leistungen zu liefern? Verdienen Sie damit noch Geld?

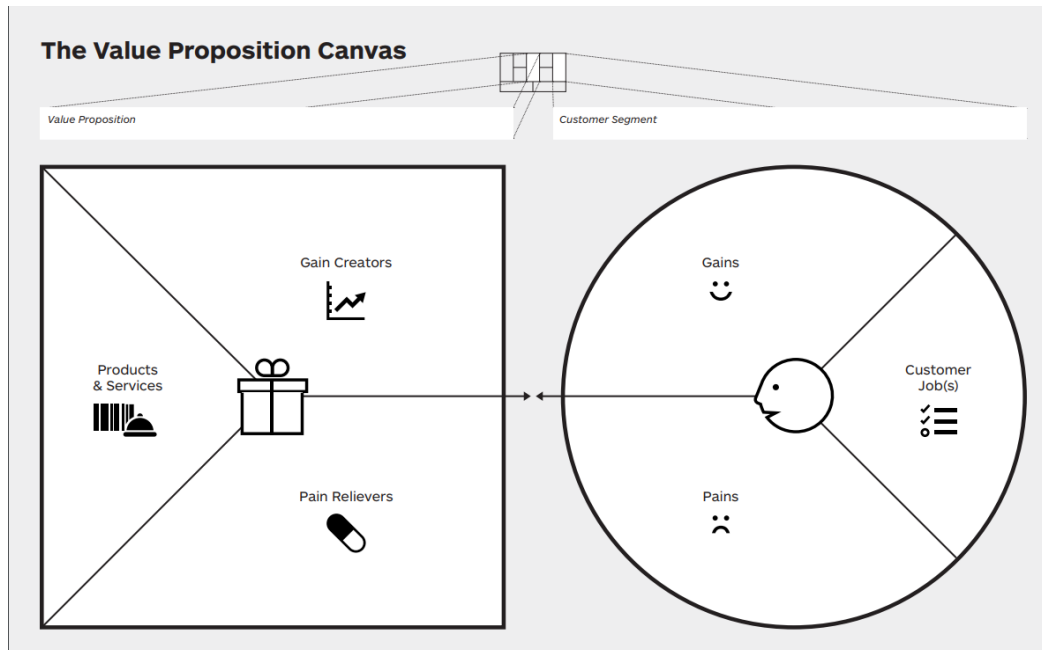
Diese und viel weitere Fragen prägen das Business Model Generation. Durch die übersichtliche Struktur mit den neun Feldern, welche das gesamte Geschäftsmodell abdecken, erlaubt es auch, ein komplexes Modell übersichtlich auf den Punkt zu bringen. Damit können Geschäftsmodelle entdeckt, überarbeitet oder beurteilt werden.

The Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
Schlüsselpartner  Netzwerk von relevanten Partnern und Lieferanten	Haupt-Aktivität  Erbrachte Leistung: zB Softwareentwicklung, Probleme lösen, Produktion, ...	Wertangebot / Leistung  Welche Kundenbedürfnisse / Probleme werden gelöst? Welcher Nutzen angeboten?	Kundenbeziehung  Wie werden Kundenbeziehungen gepflegt? Was erwarten die Kunden? Wie sind sie integriert?	Kundensegment  Welche Organisationen oder Personen sollen bedient werden? Welche Bedürfnisse & Probleme haben diese?	
	Hauptressource  Physische, finanzielle, intellektuelle, menschliche Ressourcen			Kommunikations-Distributions-, Verkaufskanäle  Über welche Kanäle wollen die Kunden erreicht werden?	
Kostenstruktur  Alle Kosten, die durch die Ausführung des Geschäfts anfallen.		Einnahmequellen  Womit verdient das Unternehmen Geld? Wofür ist der Kunde bereit zu zahlen? Wofür bezahlen Kunden heute?			

Das Modell erlaubt ein sehr kreatives, intuitives Arbeiten. Es gibt keine fixe Regel, welche Felder zuerst ausgefüllt werden sollen. Je nach Herausforderung, die sich stellt, kann unterschiedlich vorgegangen werden. Die Arbeit mit Post-it Zetteln ermöglicht, Gedanken in einer rohen Form festzuhalten und in einem zweiten Schritt in der Diskussion zu vertiefen.

Value Proposition Canvas

Um auf die zentralen Punkte Wertangebot/Leistung und Kunden einen detaillierten Fokus zu legen, bietet das Business Model Generation zusätzlich den Value Proposition Canvas. Auf dieser Übersicht werden die Angebote (Leistungen) den Kundenbedürfnissen transparent gegenübergestellt. Unstimmigkeiten oder unklare Verkaufsargumente fallen damit sofort auf.



Der Value Proposition Canvas nimmt vor allem den Aspekt auf, dass Kunden sehr schnell zu einem «ja» kommen, wenn ihnen klar dargelegt wird, dass man ihnen ein Problem, das sie beschäftigt, nachhaltig lösen kann. Daher lohnt es sich neben den Zielen und Aufgaben der Kunden auch einen klaren Fokus auf die Probleme, welche Kunden beschäftigen zu legen und Angebote entsprechend auszuarbeiten.

Sie möchten diese Fragen und vielleicht noch ein paar Weitere fundiert klären und dabei herausfinden, wofür Ihre Kunden bereit sind, Ihren Aufwand fair zu entschädigen?

In einem Strategie-Workshop unterstütze sich Sie bei der Erarbeitung dieser Fragen. Sie sollten sich dafür 1 bis 2 Tage Zeit reservieren, für konzentriertes Arbeiten.

Imsee Coaching & Consulting; Unternehmensberatung für KMU.

Quelle: Buch Business Model Generation von Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, Campus Verlag