



ICT ENTREPRENEUR



*“One becomes an entrepreneur
not by birth but by education
as well as by experience”*

Volkmann 2004



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

M6 BUSINESS MODEL CANVAS

Inhalt

1. Business Model and the Value Proposition
2. Weitere Bestandteile des BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)
 - 2.1. Customer Segments and Channels
 - 2.2. Customer Relationships
 - 2.3. Revenue Streams
 - 2.4. Key Activities
 - 2.5. Key Resources
 - 2.6. Key Partners
 - 2.7. Cost Structure
3. Lean Canvas
4. Market Needs

BUSINESS MODEL CANVAS AND THE VALUE PROPOSITION

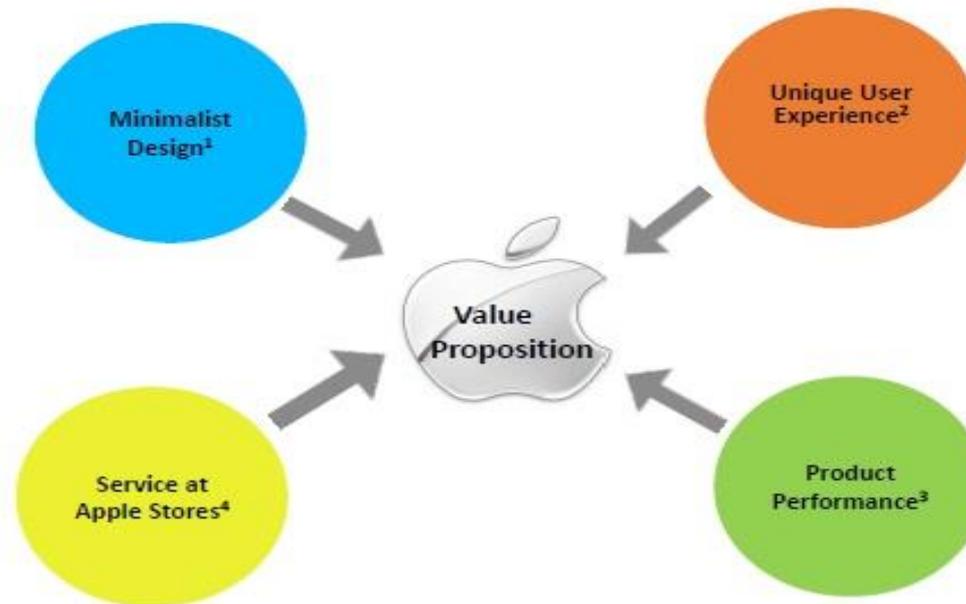
1. BUSINESS MODEL CANVAS UND VALUE PROPOSITION

- Ein Businessplan (BP) zeigt viele Komponenten und Interaktionen
- BP betrachtet etwas als stabil, auch wenn es das nicht ist
- Business Model Canvas ist eine kürzere, aber effektive Version von BP
- Alles dreht sich um Value Proposition
- Value Proposition muss den Bedürfnissen der Kunden entsprechen

BUSINESS MODEL UND VALUE PROPOSITION

BEISPIEL - VALUE PROPOSITION (APPLE)

Value Proposition



Sources: ¹[Burrows & Satariano, \(2012\)](#); ²[Osterwalder & Pigneur \(2009\)](#); ³[Apple Inc. \(2014\)](#); ⁴[Apple Inc. \(2014\)](#);

BUSINESS MODEL CANVAS UND VALUE PROPOSITION

Business model & value proposition

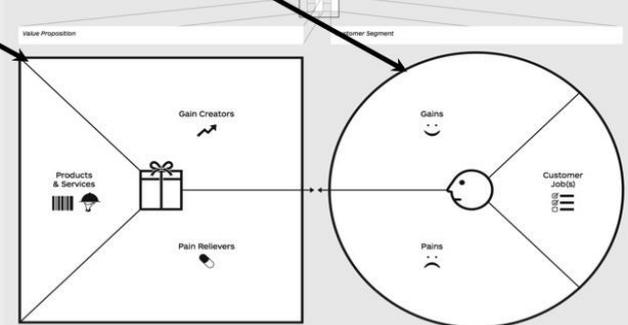
The Business Model Canvas



© 2010-2014 Business Model Foundry GmbH, Switzerland
www.businessmodelgenerator.com

Strategyzer
strategyzer.com

The Value Proposition Canvas

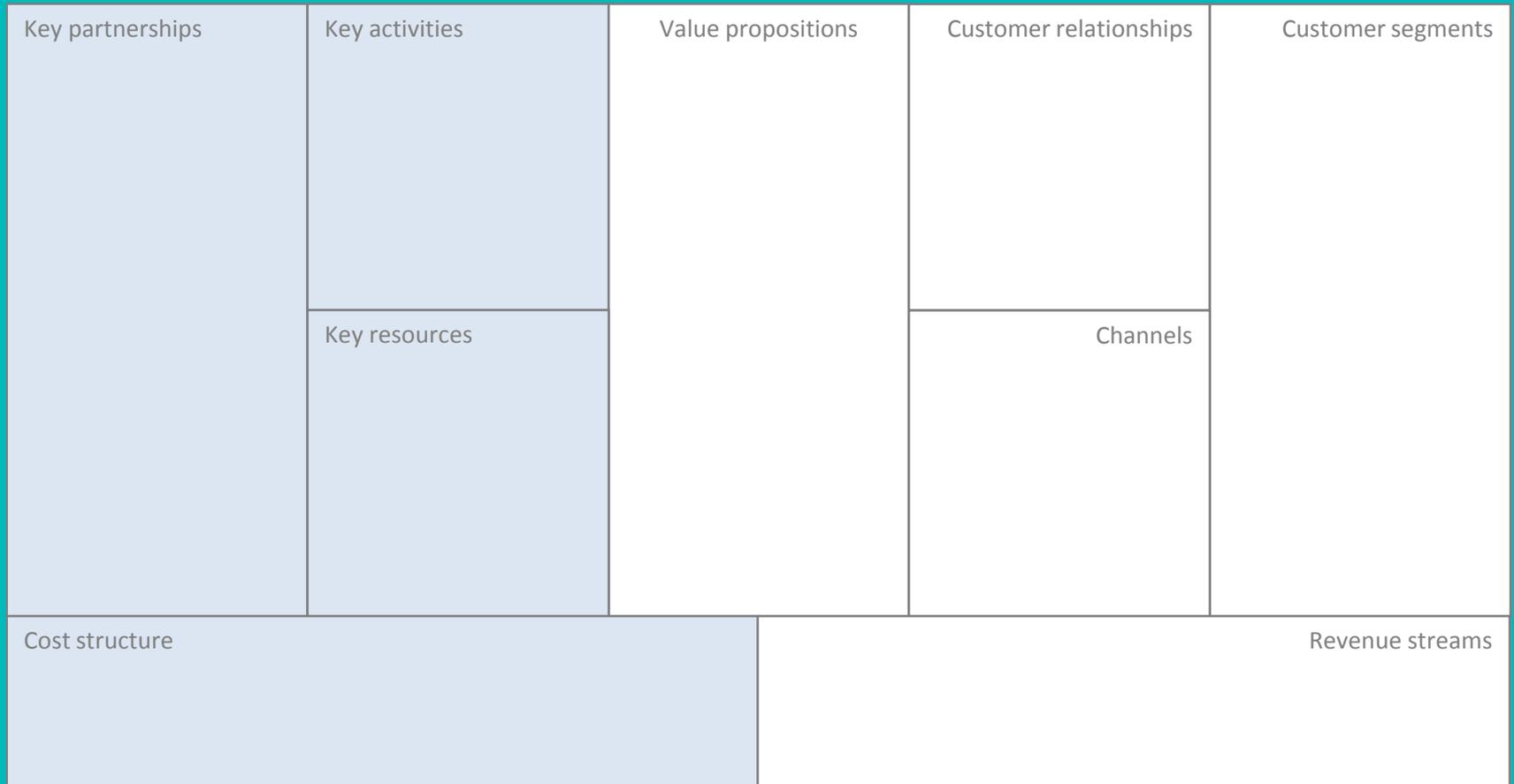


© 2010-2014 Business Model Foundry GmbH, Switzerland
www.businessmodelgenerator.com

Strategyzer
strategyzer.com

BUSINESS MODEL AND THE VALUE PROPOSITION

THE CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS

OUR COMMON LANGUAGE!

Key Partners 

Key Activities 

Value Proposition 

Customer Relationships 

Customer Segments 

Key Resources 

Channels 

Cost Structure 

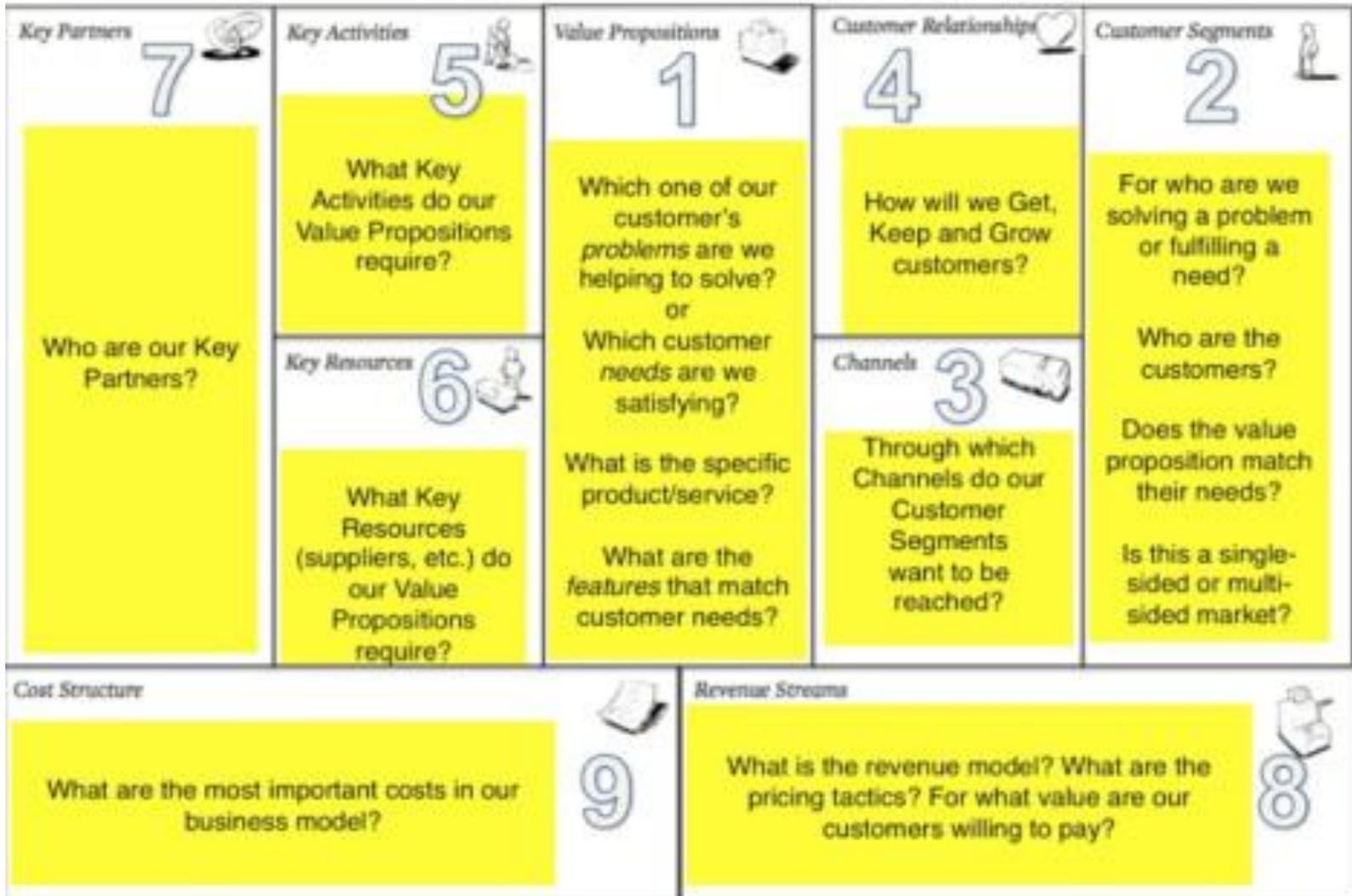
Revenue Streams 

BUSINESS MODEL CANVAS

THE BUSINESS MODEL CANVAS

A business model canvas is to
strategic planning
what an excel spreadsheet
is to **financial planning**

BMC Komponenten und Leitfragen



WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2. WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.1. Customer Segments und Channels

- Jede Unternehmung zielt darauf ab, die Bedürfnisse der Menschen/Kunden zu erfüllen
- Kunden, die ein Bedürfnis teilen, das sie sich leisten können, stellen ein Segment dar
- Value Proposition zum Kundensegment zusammen
- Das Business Model muss beide bestimmen
- Alle Kundensegmente können in verschiedene Gruppen eingeteilt werden

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

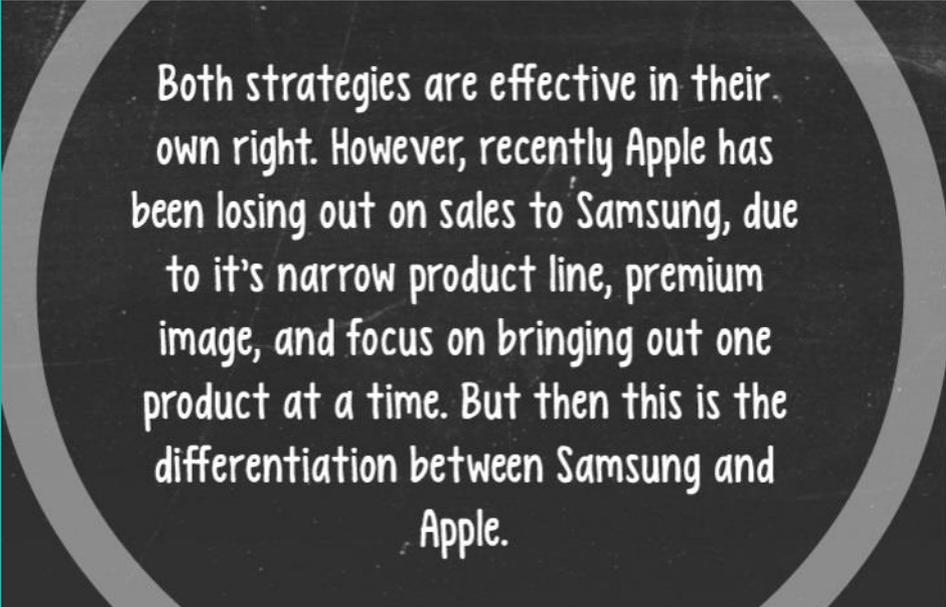
Arten der Customer Segments:

- 1.Massenmarkt** - Die ganze Bevölkerung ist potenzieller Kunden
- 2.Nischenmarkt** - Ausgewählte Gruppe von Personen sind potenzielle Kunden
- 3.Segmente** - Verschiedene Gruppen innerhalb eines Kundensegments
- 4.Diversify**- Das Unternehmen zielt auf mehrere Kundensegmente ab
- 5.Multi-Sided Platform / Market**- Zielt auf beiderseitigen Nutzen ab

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

Beispiel: Segmentierung als Strategie (Apple and Samsung)

[http://prezi.com/635kt-
vpajlq/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share](http://prezi.com/635kt-
vpajlq/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share)



Both strategies are effective in their own right. However, recently Apple has been losing out on sales to Samsung, due to its narrow product line, premium image, and focus on bringing out one product at a time. But then this is the differentiation between Samsung and Apple.

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

Einen Kanal nutzt Unternehmen, um seine Value Proposition zu erfüllen

Ein Kanal wird auch verwendet, um Kunden zu kontaktieren und Feedback zu erhalten.

Es besteht aus drei verschiedenen Phasen:

- Marketing
- Der Umsatz
- Distribution

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

Der Kanal muss schnell, effizient und kostengünstig sein

Der Kanal muss auf den Komfort des Endbenutzers zugeschnitten sein

Es gibt eigene Kanäle, Kanäle von Partnern oder eine Mischung

Sie können Physische Kanäle sein oder digitale (Web etc.)

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.2. Customers Relationships

Die Beziehung zu einem Kunden besteht im Wesentlichen aus drei Phasen:

- Erwerb
- Bindung
- upselling

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

Es gibt sechs verschiedene Arten von Beziehungen Geschäftskunden

Personal Assistance - Ein Geschäftsvertreter (GV) unterstützt Kunden

Dedicated Personal Assistance - GV für spezielle Kunden

Self Service - Kunden wählen und nehmen, was sie wollen

Automatisierte Services - Angebot basiert auf den vorherigen Vorlieben der Kunden

Communities - Koordinierte Gruppe von Menschen hilft Unternehmen mit Angebot

Co-creation - Die Kunden helfen bei der Einrichtung des Business-Angebots

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGER (CRM)

<https://www.youtube.com/watch?v=wJ63PqPljcM>

Auch die Assistenz braucht ein gutes Tool zur Pflege der Kundenbeziehungen.

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.3.Revenue Streams

Ein Unternehmen macht Einkommen auf 7 verschiedenen Wegen:

1. **Asset Sale** - Übertragen des Besitzes eines physischen Gutes
2. **Lending / Leasing / Renting** - Verkauf von exklusiven Recht auf ein Vermögenswert für eine (bestimmte) Zeitdauer
3. **Abonnement Gebühren**- Dienstleistung, die dauerhaft angeboten wird
4. **Usage Fee** - Gebühren für die Verwendung eines bestimmten Dienstes
5. **Licensing** - Gebühren für die Verwendung von geschützten geistigen Eigentums
6. **Brokerage Gebühren** - Gebühren für die Vermittlung Verkäufer-Käufer
7. **Werbung** - Gebühren für die Unterstützung von anderen bei der Werbung

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

Beispiel: Twitter Revenue Streams

- Licensing Data Streams
- Promoted Accounts
- Promoted Tweets
- Analytics

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.4.Key Activities

Die Aktivitäten, die ein Geschäft „bringen“, werden fortgeführt

Ein Unternehmen muss sie identifizieren und sie in das Geschäftsmodell aufnehmen

Diese Hauptaktivitäten können in folgende Gruppen eingeteilt werden:

- Produktion
- Problemlösung
- Plattform / Netzwerk

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

1. Production

- Entwerfen, Erstellen und Bereitstellen eines physischen Gutes
- erfordert viel Investition und konzentriert sich auf value proposition

Key activities (Auswahl)

- Kontrolle der Produktion und Fertigung
- Website-Management, Online-Bestellungen und Produktverteilung
- Branding-Strategie
- Marketing und Promotion der Produkte
- Produkt- und Verpackungsdesign

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2. Problem-solving.- To solve others' problems

- Es braucht ein großes Wissen im Management und muss kontinuierlich (weiter)entwickelt werden
- Es gibt viele verschiedene Probleme zu lösen

Beispiel: Computer Service Provider s.a.r.l.

<http://www.cspro-lb.com/default.htm>

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

3. Platform/network.

- Wenn eine Plattform eine Schlüsselressource in einem Unternehmen ist
- Schlüsselaktivitäten sind mit dieser Plattform verbunden und vernetzen sich im Allgemeinen
- Es erfordert Branding und Software

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.5.Key Resources

Die Ressourcen jedes Unternehmens müssen einen Wert für Kunden generieren

Sie können im Besitz sein, vermietet oder von den Partnern des Unternehmens zur Verfügung gestellt werden

Es gibt hauptsächlich vier Arten von Schlüsselressourcen:

Physische Ressourcen

Intellektuelle Ressourcen

Humanressourcen

Finanzielle Ressourcen

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

1. Physische Ressourcen:

Ausrüstung, Gebäude, Möbel und andere kleine Vermögenswerte

2. Intellektuelle Ressourcen:

Marke, Patente, IP, Urheberrechte und sogar Kontakte

3. Human Ressourcen

Mitarbeiter sind eine sehr wichtige Ressource eines Unternehmens

4. Finanzielle Mittel

Zugang zu verschiedenen (stabilen) Finanzprodukten

WEITERE BESTANDTEILE DES CANVAS MODELS

2.6.Key Partners

Jedes Unternehmen muss strategische Bündnisse mit Partnern eingehen

Bei der Bildung von Partnerschaften sollten bestimmte Punkte berücksichtigt werden:

- Richtige Partnerschaftsabkommen - Definition von Erwartungen
- Auswirkungen auf Ihre Kunden - Es muss für Kunden profitabel sein
- Win-Win-Situation - Sie beide müssen davon profitieren
- Selektieren, ausgewählte Partnerschaften eingehen - Zeit und Geld sparen

OTHER COMPONENTS OF CANVAS MODEL

Beispiel: Facebook's Key Partners

Sog. "Content Partners":

- Tv Shows
- Movies
- Music
- News Articles

OTHER COMPONENTS OF CANVAS MODEL

2.7. Cost Structure

Monetäre Konsequenzen für jeden Betrieb eines Geschäftsmodells

Die wichtigsten Arten von Kostenstrukturen:

- **Cost-Driven.**- Wenn das Hauptziel ist, die Kosten zu minimieren
- **Value-Driven.**- Wenn das Unternehmen versucht, den besten Wert zu bieten
- **Feste Kosten** - Aufwendungen hängen nicht von Produktion ab
- **Variable Kosten** - Aufwendungen hängen vom Maß/Menge der Produktion des Unternehmens ab
- **Economies of Scale.**- Kosten pro Einheit sinken, wenn die Produktion steigt
- **Economies of Scope.**- Kosten sinken, wenn "verbunden" Produkte hinzugefügt werden

BUSINESS MODEL CANVAS

6 Ground Rules

Use sticky notes!

Rule #1
Use sticky notes on the canvas

blah
blah blah
blah blah ...

Rule #2
Just start. No
blah blah blah



Rule #3
Start *anywhere*,
and with any
building block.

- Never
- Use
- Bullets

Rule #4
Never use
bullet points

Too much detail
is more blah blah
blah blah blah blah
blah blah blah blah

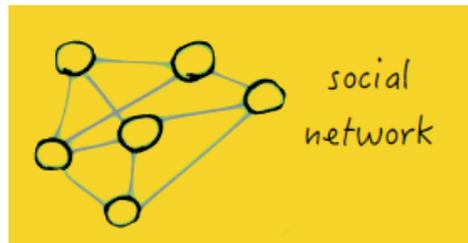
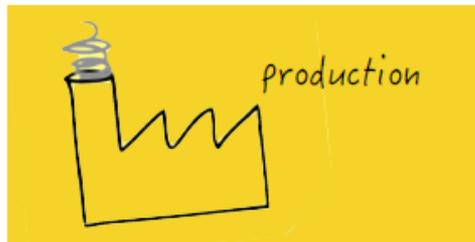
Rule #5
Avoid too
much detail



Rule #6
Be precise for
each building
block

BUSINESS MODEL CANVAS

Use visuals as much as you can!



BEISPIELE - BUSINESS MODELS



AMAZON BUSINESS MODEL CANVAS

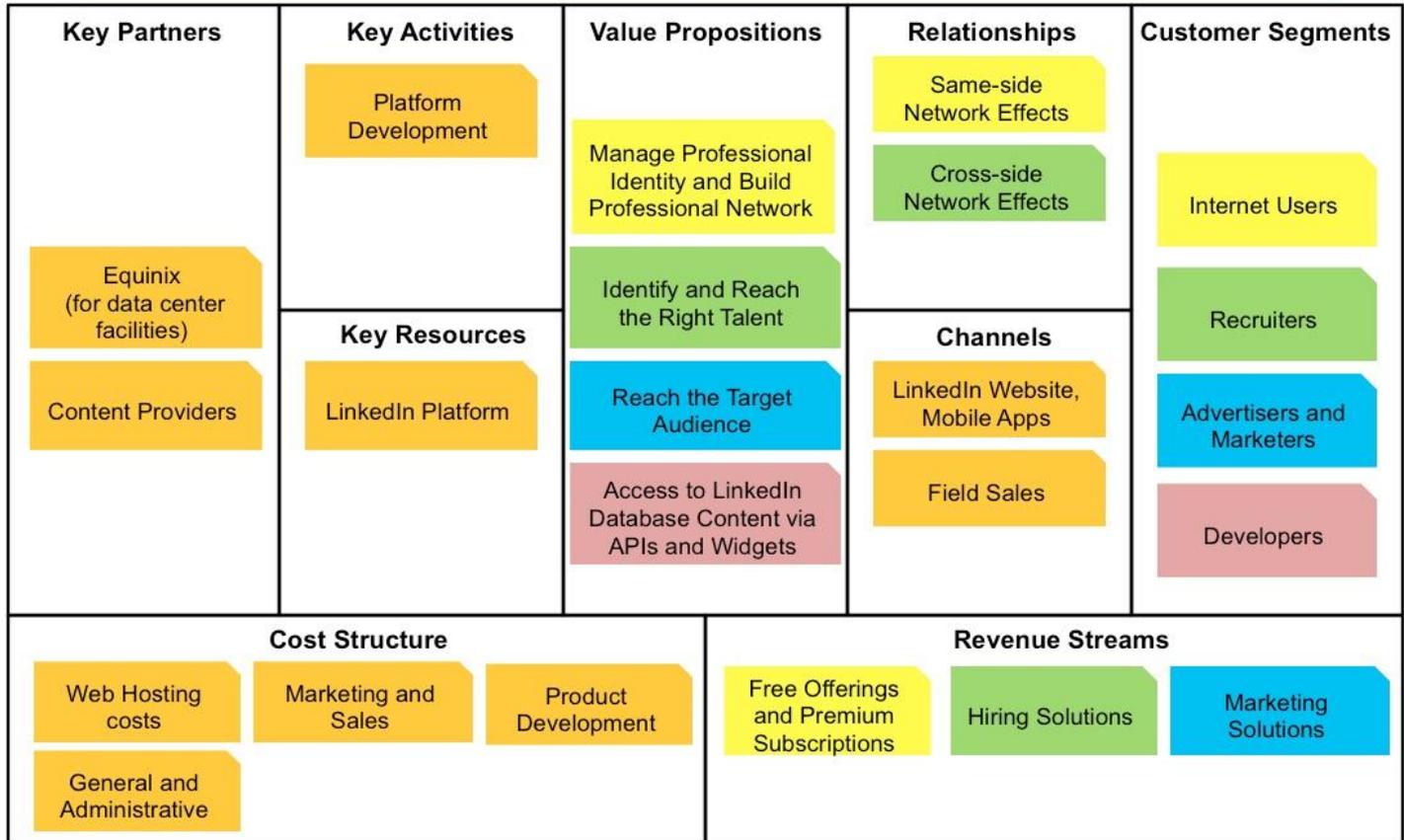


STARBUCKS BUSINESS MODEL CANVAS

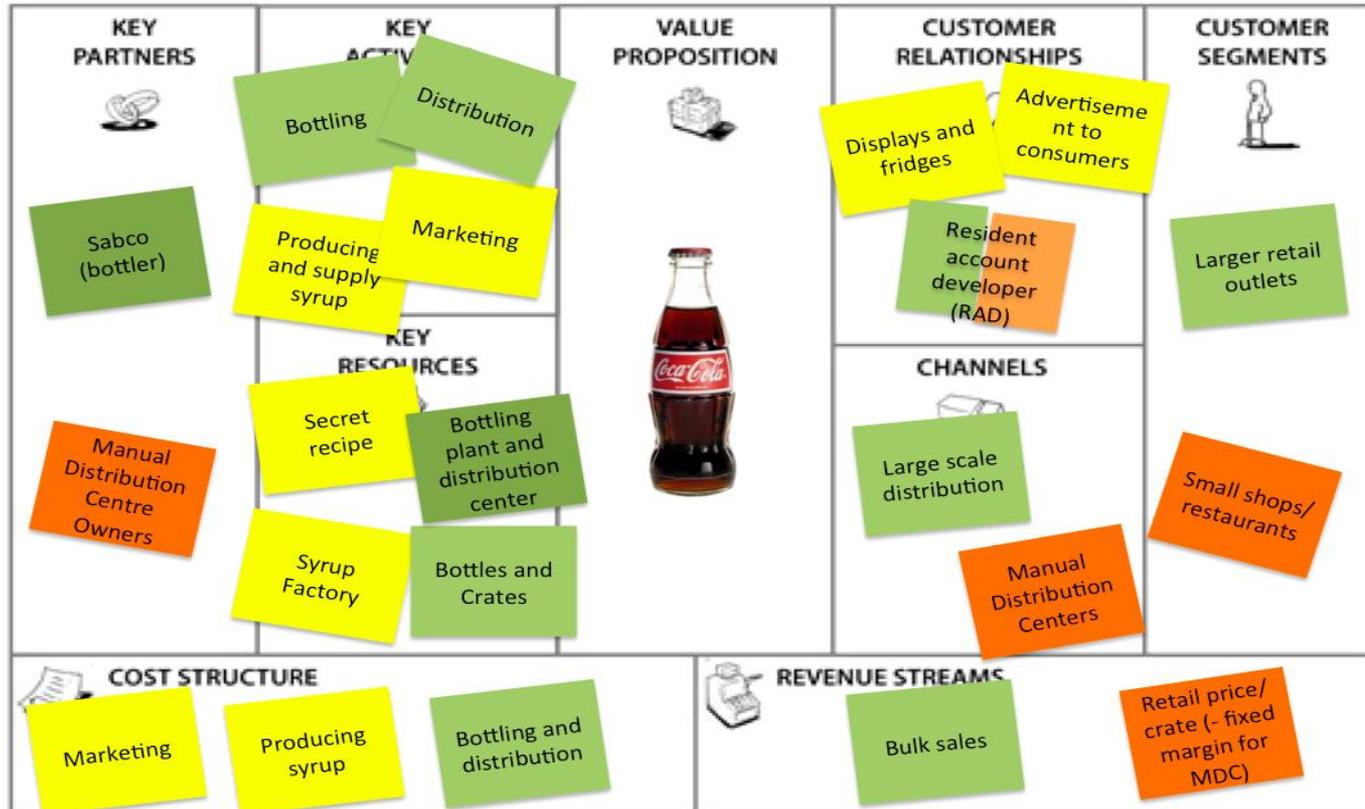


LINKEDIN BUSINESS MODEL CANVAS

LinkedIn – World's Largest Professional Network



COCA COLA BUSINESS MODEL CANVAS



PRAXISÜBUNG: ERSTELLE DEIN EIGENES BMC!

- Sie erhalten jeweils eine gedruckte BMC.
- Sie haben 45 ', um mit Ihrem Team bei der Vorbereitung zu arbeiten.
- Bitte denken Sie daran, Haftnotizen zu verwenden.
- Befolgen Sie die erhaltenen Anweisungen.
- Sie werden dann Ihren BMC innerhalb von 2 'präsentieren.
- Im Anschluss: Q & A-Session mit Trainern und Teilnehmern
- Gesamtdauer der Übung: 120'.