WERKZEUG UND Beispiel

|  |
| --- |
| **Business Model Canvas: Werkzeug** |
| **Elemente** | **Schlüsselthemen** |
| **Wertangebot**Value proposition |  |
| **Kundensegmente**Customer segments |  |
| **Kundenbeziehungen**Customer relationsships |  |
| **Kanäle**Channels |  |
| **Schlüsselaktivitäten**Key activities |  |
| **Schlüsselressourcen**Key ressources |  |
| **Schlüsselpartner**Key partners |  |
| **Einnahmequellen**Revenue streams |  |
| **Kostenstruktur**Cost structure |  |

|  |
| --- |
| Business Model Canvas: Beispiel (App-Entwickler) |
| Hintergrund: Ein auf Freizeit- und Sportapps spezialisiertes Softwareunternehmen entwickelt eine innovative App für Gesundheits- und Fitness-Coaching. Die Basis hierfür ist ein Business Model Canvas. In regelmäßigen Abständen wird das Canvas aktualisiert. |
| WertangebotValue proposition | * Ganzheitliche Beratung: Fitness, Ernährung, mentale Gesundheit…
* Ganzheitliche Gesundheit: Integration von Fitness, Ernährung und Balance
* Für Nutzer: personalisierte Gesundheits- und Fitnesspläne, rund um die Uhr verfügbar, Integration von Ernährungs- und Fitnessberatung
* Für Partner: Zugang zu einer neuen Kundenbasis, Verbreitung von Expertise…
 |
| KundensegmenteCustomer segments | * Hauptzielgruppe: Fitness-Enthusiasten, Berufstätige (mit wenig Zeit für Fitness)
* Sekundärzielgruppe: Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen
* Unternehmenspartner: Gyms, Versicherungen, Unternehmen, die Mitarbeiter-Gesundheitsprogramme anbieten
* Spezielle Zielgruppen: Schwangere und junge Mütter
 |
| KundenbeziehungenCustomer relationsships | * Personalisiert: Individuelle Nutzerprofile und maßgeschneiderte Empfehlungen
* Automatisiert: Chatbots und KI-gestützter Support
* Community-basiert: Aufbau Fitness-Community über Foren & Social Media
* Gamification und Belohnungssysteme: Punktesystemen, Abzeichen…
 |
| KanäleChannels | * Digital: App-Store, Social Media, E-Mail-Marketing
* Offline: Partner-Fitnessstudios, Gesundheitsmessen
* Content Marketing: Blogs, Tutorials, Podcasts, Partnerseiten, Checklisten
* Mobile Push-Benachrichtigungen
* Corporate Wellness: Integration der App in betriebliche Gesundheitsprogramme
 |
| SchlüsselaktivitätenKey activities | * Entwicklung: App-Entwicklung (Prototype, Funktionalität), regelmäßige Updates
* Datenanalyse und Personalisierung
* Content-Erstellung: Erstellung von Fitness- und Ernährungsplänen
* Marketing: Digitale Werbekampagnen und Social-Media-Präsenz
* Kundensupport: Bereitstellung eines Kundendienstes und Support-Teams
* Expertennetzwerk aufbauen
 |
| SchlüsselressourcenKey ressources | * Technische Infrastruktur: App-Plattform, Server, Datenbanken
* Content: Bibliothek mit Workouts, Ernährungsplänen, Gesundheitsartikeln
* Personal: Entwickler, Content Creators, Marketing-Team, Kundenbetreuer
* Marke und IP: Markenname, Logo, Rechte an den Inhalten
 |
| SchlüsselpartnerKey partners | * Entwicklungs- und Technologiepartner: App, Cloud-Storage, Zahlungsdienstleister
* Fitnesspartner: Fitnessstudios, Personal Trainer, Ernährungsberater
* Gesundheitspartner: Ärzte, Krankenversicherungen, Physiotherapeuten
* Wellness- und Spaeinrichtungen
* Promoter: Influencer, Social-Media-Agenturen, Gesundheitsblogs
* Know-how Träger: Ärzte, Verbände, Bildungseinrichtungen
 |
| EinnahmequellenRevenue streams | * Abonnementmodelle: Monatliche oder jährliche Abonnements
* Werbung: In-App-Werbung und gesponserte Inhalte
* Partnerprogramme: Provisionen für Empfehlungen an Fitnessstudios …
* Sponsoring: Einnahmen durch Sponsoring von In-App-Events, Challenges
* Online-Kurse und Webinare: Verkauf von Kursen und Live-Webinaren zu Fitness …
 |
| KostenstrukturCost structure | * Entwicklungskosten: App-Entwicklung, Server-Infrastruktur, Datenmanagement
* Marketingkosten: Werbekampagnen, Influencer-Kooperationen, Content-Erstellung
* Betriebskosten: Kundensupport, Cloud-Services, Lizenzgebühren
* Personalkosten: Gehälter für Entwickler, Marketingexperten, Support-Team
 |

|  |
| --- |
| **Funktionalstrategie: Beispiel (Controlling)** |
| Ein Handelsunternehmen entwickelt für alle Kernfunktionen kompakte Funktionalstrategien. Diese leiten sich aus der Unternehmensstrategie ab und bilden die Grundlage für Führung bzw. Umsetzung. |
| **1. Beurteilung der Ausgangslage** |
| * unkoordinierte Verteilung von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten über mehrere Stellen
* unterschiedliche Controlling-Kompetenzen an mehreren Orten
* unterschiedliche und zu wenig abgestimmte Planungszyklen (halbjährlich, quartalsweise, rollierend)
* keine durchgängige Ablage relevanter Daten im Controlling-Workflow (Insellösungen)
* zu hohe Kosten für die Controlling-Aufgaben
 |
| **2. Auftrag an die Funktion** |
| * Das Controlling sorgt für Aufbau und Umsetzung eines einheitlichen Führungssystems.
* Es unterstützt damit die Führungskräfte maßgeblich in der Entscheidungsfindung.
* Die Schlüsselprojekte des Unternehmens werden vom Controlling zentral geprüft.
 |
| **3. Kunden** |
| * Vorstand und Leitungen der Geschäftsfelder (SGF)
* alle Führungskräfte bis auf Ebene Abteilungsleitungen
* Projektleitungen
 |
| **4. Organisation und Reporting** |
| * Das Controlling berichtet an den Vorstand und ist den Leitungen der SGF verantwortlich.
* Das Controlling steht unter der Leitung von M. Müller (Stv. S. Beck).
* Monatlich findet die Controllingrunde (inkl. Vorstand) statt (jeder erste Mittwoch p.m.).
 |
| **5. Ziele** |
| * Aufbau und Betrieb eines einheitlichen Führungssystems (Integration MIS, BSC, Zahlengenerierung, Sitzungsreporting) inkl. vergleichbarer Planungszyklen (100% Verwendung)
* Unterstützung der Führungskräfte bei operativer und strategischer Planung, bei Soll-Ist-Vergleichen und anderen Entscheidungshilfen (Erhöhung der Planungsgenauigkeit um 20%)
* Monitoring der definierten Schlüsselprojekte für das Unternehmen
* Reduktion des Spartencontrollings und gänzliche Übernahme aller Controlling-Aufgaben (Festschreibung der Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten)
* Reduktion der Fixkosten für alle Controlling-Aktivitäten um 15% (Basis: Aufwände für Spartencontrolling, zentrales Controlling, Controlling-Aufgaben in RW)
 |
| **6. Mittel** |
| **Ressourcen (p.a.)** | **Kosten in Euro** |
| 1. 2 Vollzeitkräfte (ab. 31.10.) | 140.000 p.a. |
| 2. Infrastruktur (ab 31.10.) | 120.000 einmalig |
| 3. Vereinheitlichung der Systeme inkl. Anschaffung Soft-/ Hardware | 150.000 einmalig |
| 4. Ausbildungskosten (für alle betroffenen Mitarbeitenden) | 20.000 einmalig |
| **7. Maßnahmen** |
| **Nr.** | **Aufgabe** | **Termin** | **Verantw.** |
| 1 | kompletter Personalreview aller Controlling-Einheiten | 28.02. | Müller |
| 2 | Herstellung der durchgängigen Funktionsfähigkeit und Verwendung des Controlling-Workflows | 31.05. | Beck |
| 3 | Umsetzung des einheitlichen Controlling-Systems und der Reports | 30.06. | Müller |
| 4 | … |  |  |