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. | |
| Wertangebot Value 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… |
| Kundensegmente  Customer 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 |
| Kundenbeziehungen  Customer 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… |
| Kanäle  Channels | * 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 |
| Schlüsselaktivitäten  Key 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 |
| Schlüsselressourcen  Key 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 |
| Schlüsselpartner  Key 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 |
| Einnahmequellen  Revenue 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 … |
| Kostenstruktur  Cost 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 | … |  |  |