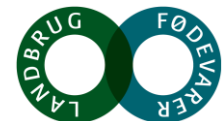


KONCEPTUALISERING AF FORRETNINGSMODELLEN

Eksempler på spørgsmål til forretningsmodellen

SEGES



Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Nøgleaktiviteter

Netværk og
Partnere

Værditilbud

YDELSER

Produkter og
ydelser

Levere værdi

KUNDER

Kunde-
relationer

Kunde-
segmenter

Distributions-
kanaler

Omkostningsstruktur

VÆRDIFANGST

Betalingsstrømme

Profitzonen

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Nøgleaktiviteter

Partnere

Værditilbud

- Hvilke kerneressourcer er fundamentet for vores forretningsmodel?
- Fra hvilke kerneressourcer udgår vores nøgleaktiviteter?
- Hvordan relaterer vores kerneressourcer og nøgleaktiviteter sig individuelt til hver enkelt værditilbud?
- Har vi de rigtige ressourcer? Bruger vi vores ressourcer rigtigt, til de rigtige ting?

Omkostningsstruktur

VÆRDIFANGST

Betalingsstrømme

Profitzonen

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Nøgleaktiviteter

Netværk og
Partnere

Værditilvækst

YD

P

- Hvilke nøgleaktiviteter er med til at aktivere forretningsmodellen?
- Hvordan ser nøgleprocesser ud?
- Hvor effektive er vores nøgleprocesser?
- Har vi for få eller for mange processer?
- Hvordan optimerer vi eksisterende nøgleprocesser?
- Hvordan sættes nye processer i drift?
- Hvilken organisationsstruktur fremmer, at vi kan udføre processerne ordentligt og effektivt?

Omkostningsstruktur

VÆRDIFANGST

Betalingsstrømme

Profitzonen

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Nøgleaktiviteter

Netværk og
Partnere

Værditilbud

YDELSER

Produkter og
ydelser

Levere værdi

Omkostningsstruktur

VÆRDIFANG

Profitzonen

- Hvilke partnere arbejder vi sammen med, og hvordan bruger vi dem? Hvordan bruger de os?
- Hvor afhængige er vi af vores partnere og omvendt?
- Hvordan arbejder vi med partnerskaber, joint ventures, samarbejde og alliancer?
- Hvordan bruger vi partnere til at forbedre vores kerneressourcer, nøgleaktiviteter og kanaler?
- Hvordan kan partnere komplementere og løfte vores værditilbud?
- Hvordan kan vi anvende partnere til at udvikle nye forretningsmodeller?

Værditilbud

YDELSER

Produkter og
ydelser

- Hvad er vores produkter/ydelser i markedet? Hvad er deres primære egenskaber?
- Hvad er det for en værdiskabelse, kunden er villig til at betale for?
- Hvad er vores portefølje af produkter/ydelser, og hvordan hænger de sammen?
- Hvilke kundebehov dækker værditilbuddet?
- Tilbyder vi forskellige grader af service/ydelse til forskellige kundesegmenter?

Levere værdi

- Hvilke produkter/ydelser skaber hvilke indtjeningsstrømme og fra hvilke kundesegmenter?
- Ved vi, hvordan vores kunder opfatter vores værditilbud?
- Hvilke værditilbud udbyder vores konkurrenter? Hvordan serviceres vores kunder af andre spillere i markedet?
- Skaber vi den værdi, vores kunder efterspørger? Skaber vi differentieret, unik værdi?

VÆRDIFANGST

Profitzonen

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer
Kædet
kompetencer

Hvilke kommunikations- og leverandørkanaler anvender vi for at nå vores kunder med vores værditilbud? Er disse kanaler succesfulde?

- Anvender vi forskellige kanaler til forskellige kundesegmenter? Er disse kanaler integrerede? Er det de rigtige kanaler til de rigtige kunder?
- Hvor godt fungerer hver kanal? Er de omkostningseffektive?
- Hvordan kan vi arbejde med at designe vores kanaler og eksperimentere med vores kanaler? Hvordan anvendes nye kanaler til at nå flere/andre kunder?

Værditilbud

YDELSER

Produkter og
tjenester

Levere værdi

KUNDER

Kunde-
relationer

Kunde-
segmenter

Distributions-
kanaler

ANGST

Betalingsstrømme

Profitzonen

- Hvad er vores kundeberøringsplatforme (marketing, websites, konferencer, salgskontor, osv.? Er det de rigtige platforme?
- Hvordan udvikles og fastholdes forskellige typer af kunder i forretningsmodellen?
- Hvor ressourceintensiv er hver af disse relationer i tid, omkostning og værdi?
- Hvad kan vi bruge vores kunder og interessenter til?
- Er vi gode til at styre vores kunderelationer?
- Hvordan bruger vi kunden som en del af vores produktudvikling og udvikling af ydelser?
- Hvordan bruger vi kunden som en del af vores forretningsudvikling og udvikling af forretningsmodellen?
- Har vi en kunderelations-strategi?

tilbud

Levere værdi

KUNDER

Kunde-
relationer

Kunde-
segmenter

Distributions-
kanaler

VÆRDIFANGST

Omkostningsstrømme

Betalingsstrømme

Profitzonen

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetence

- Hvem skaber vi værdi for? Hvem skaber vi ikke værdi for? Kender vi vores kunder og deres behov godt nok?
- Hvordan når vi hidtil ignorerede kunder eller ikke-kunder?
- Hvordan får vi eksisterende kunder til at forbruge mere?
- Hvilke kundesegmenter betjener vi? (B2S, B2P, B2B, B2C)?
- Hvad er vores indtjeningsposition og omkostningsposition i forskellige kundesegmenter?
- Kan omkostningerne udregnes for hvert kundesegment?
- Kan vi segmentere/resegmentere vores kunder anderledes, så det skaber større værdi?

Omkostningsstrømme

Profitzonen

Levere værdi

KUNDER

Kunde-
relationer

Kunde-
segmenter

Salgs-
kanaler

Betalingsstrømme

Skabe værdi

INFRASTRUKTUR

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Nøglea

- Hvordan genererer forretningsmodellen betalingsstrømme (fysiske produkter, services, brugerbetaling, abonnementsbetaling, lån/udleje/lease, licens mv.)
- Hvordan ser forretningsmodellens betalingsstrømme ud?
- Hvor økonomisk bæredygtige er betalingsstrømmene?
- Er modellen afhængig af få betalingskilder (f.eks. fra store kunder eller enkeltstående forretningsområder?)
- Hvordan prisfastsættes produkter og ydelser?

rdi

inde
nenter

Omkostningsstruktur

Betalingsstrømme

Profitzonen

Skabe værdi

Levere værdi

INFRASTRUKTUR

KUNDER

Ressourcer og
Kerne-
kompetencer

Kunde-
segmenter

- Hvordan ser omkostningsstrukturen ud?
- Er det den rigtige omkostningsstruktur (f.eks. lav omkostningsstruktur)
- Hvad driver omkostningerne i forretningsmodellen? Hvilke dele af vores forretningsmodel medfører større omkostninger?
- Hvor lean er omkostningsstrukturen?
- Er der omkostningsfordele ved større produktion eller omkostningsfordele ved et større antal operationer?

Omkostningsstruktur

omsstrømme

Profitzonen