

Re:Invent – Erschließung neuer Innovationsquellen

Hypothesen für die Fortentwicklung des Geschäftsmodelles zur Erschließung neuer Innovationsquellen

<p>Schlüsselpartner </p> <p>Wer sind die zukünftigen Schlüsselpartner? Welche Ressourcen beziehen wir von wie vielen Partnern? Wie eng arbeiten diese mit uns zusammen? Welche Alternativen? Welche Erfahrungen haben wir in der Krise mit diesen gemacht?</p> <p>Ziel: Prüfung der Stärkung von Kooperationen und Erhöhung Resistenz und Kommunikation (Kooperation vs. Transaktion)</p> <p>Ziel: Prüfung Wertschöpfungs-kette unter Risiko-/Abhängigkeitsgesichtspunkten und CSR Wirkung</p>	<p>Schlüsselaktivitäten </p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertangebote wirklich? Was ist mission-critical?</p> <p>Ziel: Fokussierung Wertschöpfung</p>	<p>Value Proposition </p> <p>Welchen Wert vermitteln wir dem Kunden? Welche Produkt- und Dienstleistungsangebote sind wettbewerbsentscheidend?</p> <p>Ziel: Fokussierung Wertschöpfung</p>	<p>Kundenbeziehung </p> <p>Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?</p> <p>Ziel: Kundenbindung und -nähe erhöhen (Verbundenheit)</p>	<p>Kundensegmente </p> <p>Welche Kunden werden noch existieren bzw. gestärkt aus der Krise zurückfinden? Wer sind unsere wichtigsten / treuesten Kunden? Welche Lehren werden unsere Kunden aus der Krise ziehen und wie ändern sich deren Erwartungen und Wünsche?</p> <p>Ziel: Entwicklung der Kunden im Leistungsangebot spiegeln</p> <p>Ziel: Überprüfung Produktangebot</p>
<p>Kostenstruktur </p> <p>Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten? Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?</p> <p>Ziel: Abwägung Kostenvorteile vs. Robustheit / Flexibilität / Nähe / CSR</p>		<p>Einnahmequellen </p> <p>Für welchen Wert sind unsere Kunden wirklich zu bezahlen bereit?</p> <p>Ziel: Überprüfung von Randaktivitäten /-produkten</p>		

*) CSR = Corporate Social Responsibility