

E-BUSINESS-MODEL-GENERATOR

DAS CANVAS ZUM GENERIEREN DIGITALER GESCHÄFTSMODELLE UND ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION BESTEHENDER GESCHÄFTSMODELLE

JProf. Dr. Simon Hensellek

B A S I S E B E N E

DIGITALES/REALES KUNDENPROBLEM

Welches relevante Problem kann mit Hilfe elektronischer Geschäftsprozesse besser gelöst werden, als mit bereits bekannten realen und/oder elektronischen Lösungen und sind Kunden bereit, für eine solche Problemlösung von Anfang an auch zu bezahlen (Monetarisierung)?

DIGITALE GESCHÄFTSIDE

Beschreibung der Geschäftsidee im Hinblick auf

- » Digitalisierungsgrad
- » Innovationsgrad
- » Massentauglichkeit
- » Skalierbarkeit
- » Nachhaltigkeit
- » Expansionsfähigkeit

DIGITALER WERTSCHÖPFUNGSPROZESS

Informationssammlung

Informationsverarbeitung

Informationsübertragung

A N G E B O T S E B E N E

DIGITALER MEHRWERT

- » Strukturierungswert
- » Selektionswert
- » Matchingwert
- » Transaktionswert
- » Abstimmungswert
- » Kommunikationswert

DIGITALE PLATTFORM

- » E-Shop
- » E-Marketplace
- » E-Community
- » E-Procurement
- » E-Company

N A C H F R A G E E B E N E

DIGITALE ZIELGRUPPE

- » Kundenidentifikation
- » Kundenbedürfnisse
- » Kundenprobleme
- » Kundenvorteile
- » Kundensegmente
- » Kundenprofile

DIGITALES MARKETING

- » SEM (SEO/SEA)
- » Display-Marketing
- » Viral-Marketing
- » Social Media
- » Online-/Offline-PR
- » Kooperationen

I M P L E M E N T I E R U N G S E B E N E

DIGITALE GESCHÄFTSPROZESSE

- » E-Sales
 - » E-Trading
 - » E-Networking
 - » E-Request
 - » E-Customization
- eOffer
eSearch
eMatching
eTransaction
eAftersales

DIGITALE TECHNOLOGIEN

- » Internet
 - » Mobilfunk
 - » ITV
- Hardware/Software
Datenbank/-struktur
Workflow/Fulfillment
Design/Ergonomie

DIGITALER GESCHÄFTSNAME

- » Marken-/Unternehmensname
- » Domainname/-adresse
- » Markenassoziationen
- » Markenwert/-konzept
- » Markenpositionierung

F I N A N Z E B E N E

EINNAHMESEITE

- ERLÖSMODELL ERLÖSSYSTEMATIK
- » Singular-Prinzip
 - » Plural-Prinzip
 - » Symbiose-Prinzip
 - » Margenmodell
 - » Provisionsmodell
 - » Grundgebührmodell

KOSTENSEITE

- » Kostenarten, -stellen, -träger, -treiber
- » Investitions-, Personal-, Betriebskosten
- » Customer Acquisition Cost (z. B. Cost-per-Click/-per-Customer/-per-Order)
- » Make-or-Buy-Entscheidung/ Outsourcing

DIGITALES GESCHÄFTSMODELL

- » KPI-Struktur (z. B. Seitenaufrufe, Konversionsraten, Umsatz pro Kunde)

JETZT AUCH ALS FACHBUCH ERHÄLTlich!

„E-BUSINESS-GENERATOR: AUFBAU ELEKTRONISCHER GESCHÄFTSMODELLE IN DER DIGITALEN WIRTSCHAFT“ VON TOBIAS KOLLMANN & SIMON HENSELLEK

