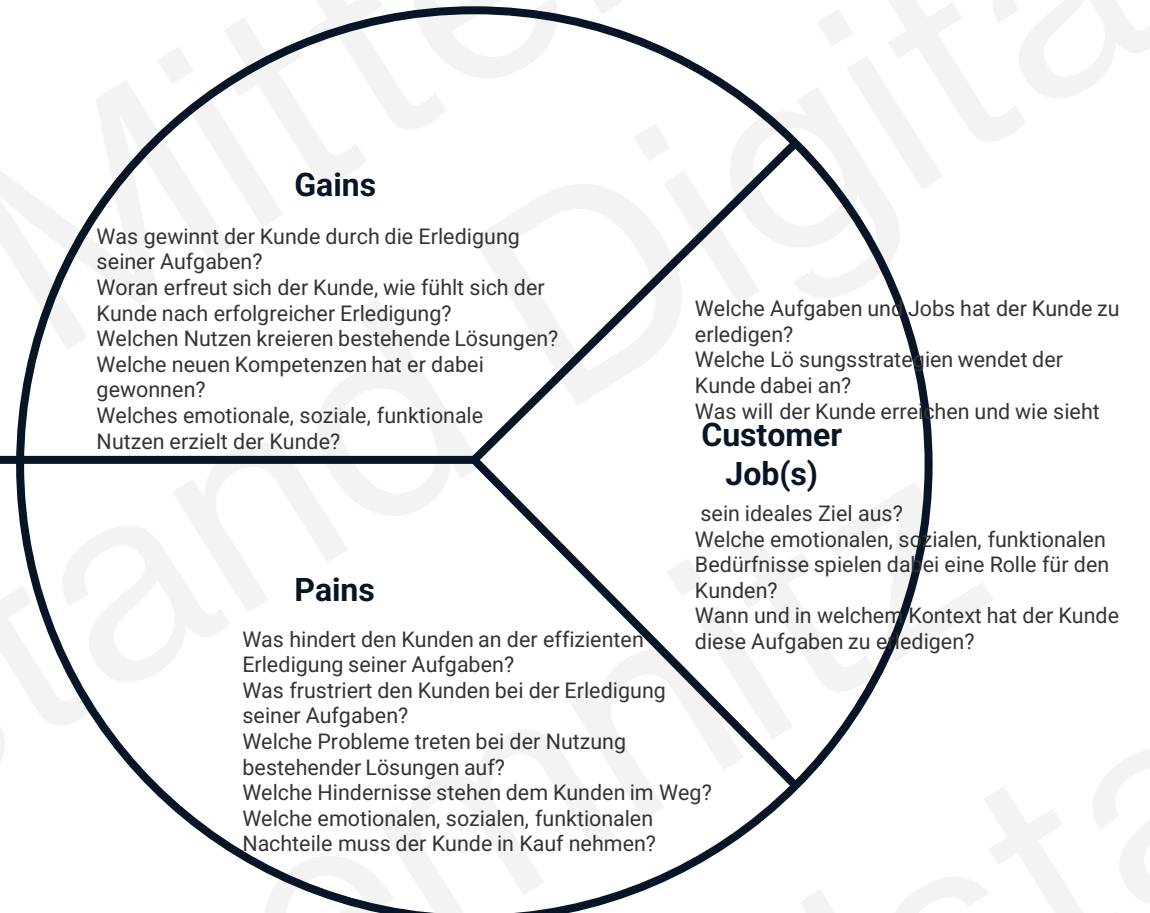


Value Proposition Canvas

Value Proposition



Customer Segments



- Products & Services** Welche Leistungen darfst Du für den Kunden schnüren, damit deine Value Proposition zum Leben erweckt wird?
- Pain Relievers** Wie löst Du die Probleme des Kunden?
- Gain Creators** Wie stellst Du sicher, dass der Kunde seine "Gains" weiterhin realisiert und wie kannst Du das sogar verstärken?

- Customer Jobs** Welche "Jobs" (funktional, emotional, sozial) hat der Kunde zu erledigen?
- Pains** Was sind die "Schmerzen" und Probleme des Kunden, bei der Erledigung dieser Jobs?
- Gains** Was gewinnt der Kunde, wenn er seine Jobs erfolgreich erledigt hat?

Business Model Canvas

<p>Schlüsselpartner (6)</p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüsselzulieferer? Bei welchen Schlüsselressourcen und Schlüsselaktivitäten sind wir von Partnern abhängig?</p>	<p>Schlüsselaktivitäten (8)</p> <p>Welche Aktivitäten müssen wir durchführen, um den Kundennutzen zu erfüllen? Welche Aktivitäten sind für Vertrieb und Kundenbeziehungen nötig?</p>	<p>Wertangebote (1)</p> <p>Für welches Problem wollen die Kunden eine Lösung haben? Welchen Mehrwert bieten wir dem Kunden? Welche Kundenbedürfnisse möchten wir erfüllen? Welche Kombination von Produkten und Services bieten wir den Zielgruppen an?</p>	<p>Kundenbeziehungen (4)</p> <p>Welche Art von Beziehung pflegen wir zu den Kunden? Was tun wir für den Aufbau, die Pflege und Erweiterung der Beziehung? Passt die Form der Kundenbeziehung zu unserem Geschäftsmodell? Welche Kosten entstehen?</p>	<p>Kundensegmente (2)</p> <p>Für wen schaffen wir mit unserem Angebot einen Wert? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p>
<p>Schlüsselressourcen (7)</p> <p>Auf welchen Ressourcen baut unser Wertangebot auf? Welche Schlüsselressourcen benötigen wir, um den Kundennutzen zu erfüllen? Welche Ressourcen benötigen Vertrieb, Kundenbeziehungen und Einnahmequellen?</p>		<p>Kanäle (3)</p> <p>Auf welchem Weg erreichen wir unsere Kunden? Auf welchem Weg wollen sie erreicht werden? Welche Kanäle funktionieren am besten? Was sind die besten Berührungspunkte? Welche Kanäle sind am kosteneffektivsten?</p>		
<p>Kostenstruktur (10)</p> <p>Welche sind die wichtigsten Kosten unseres Geschäftsmodells? Welche Schlüsselaktivitäten und Schlüsselressourcen sind die größten Kostentreiber?</p>		<p>Einnahmequellen (5)</p> <p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit zu zahlen? Und wie viel? Für was zahlen unsere Kunden aktuell? Wie zahlen unsere Kunden aktuell und wie würden sie gerne zahlen? Wie viel trägt jede der einzelnen Umsatzquellen zum Gesamtumsatz bei?</p>		

Themeneinordnung



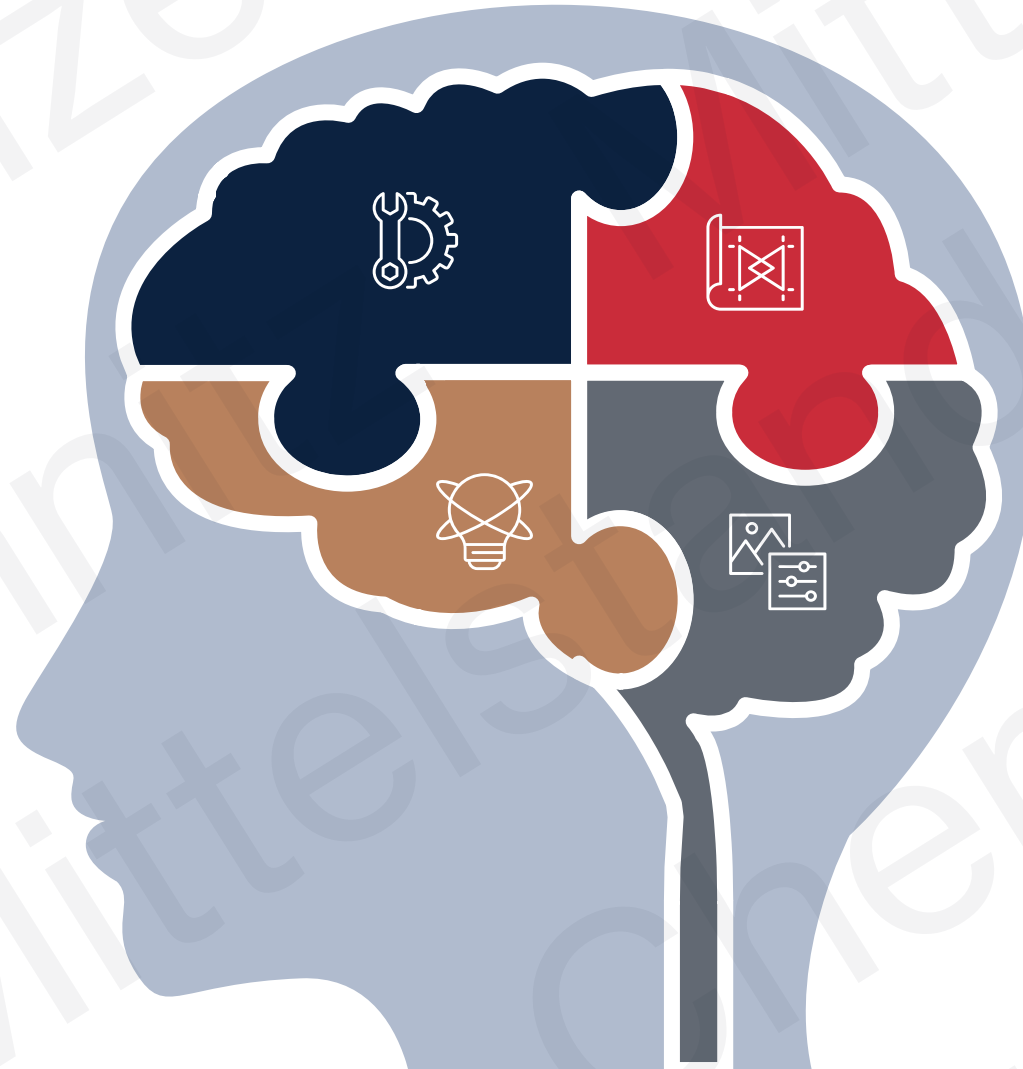
Digitales Wissensmanagement

WIKIS

Confluence, Teams,
Sharepoint, Slack...

DIGITALE BIBLIOTHEKEN

eLearning
Kurssoftware,
digitales Onboarding,
Lernplattformen



NOTIZEN

OneNote, Notion,
Samsung Notes,
Apple Notes...

Schnittstellen

PowerAutomate,
Zapier, REST...

DMS / ECM / CSP

Dokumentenmanagementsystem, Enterprise Content Management, Content Service Plattformen



BUCHHALTUNG

SevDesk, LexOffice, WISO, Papierkram, Datev, ...

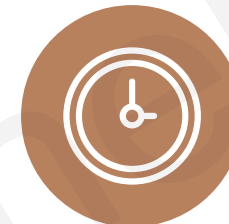
ePost: Caya, E-Postscan, ...



SIGNIEREN / FREIGABE

Adobe Sign, Scrive

Qualifizierte elektronische Signatur:
Deutsche Post, 1&1,



ZEITERFASSUNG

Teams Schichten, WorkingHours —
Zeiterfassung / Time Tracking,
Papershift ...

CRM – Customer Relationship Management



FOKUS



KUNDENBEZIEHUNG



MARKETING / SALES



AUTOMATISIERUNG



Interne Kommunikation

Kommunikation

Teams, Slack, Elements,
Discord, VoIP Systeme,
Whatsapp, Outlook, Zoom
usw...

Aufgabenverwaltung

Teams, Trello, Asana,
Monday...

Bürokratie

Timeshift, Shifts, Sevdesk,
WISO, LexOffice usw...

Zusammenarbeit

Teams, Slack, Monday,
Elements, NextCloud,
Google Suite, Outlook,
Notion, Loop

Dokumente

Timeshift, Shifts,
Sharepoint, Confluence,
Google Suite, CSP (DMS),



Prozesse, Strukturen & Organisation



Prozesse überprüfen

Sind unsere Prozesse noch aktuell und notwendig?



Strukturen analysieren

Wie sieht meine analoge Ordnerstruktur aus, wo liegt was? Wie werden Dokumente sortiert?



Berechtigungen festlegen

Wer darf Dokumente anlegen, editieren, einsehen usw.



Prozesse, Strukturen & Organisation

*“ Wenn Sie einen scheiß Prozess digitalisieren,
haben Sie einen scheiß digitalen Prozess ”*

Thorsten Dirks, 2015 – CEO Telefónica Deutschland