

Case-dag

Thomas Rosenfall, Universitetslektor




Affärsmodellfokus

Källa: Osterwalder, Pigneur, Smith (2010)

The Business Model Canvas

Kanaler 	Kanalsamarbete 	Kanalkostnader 	Kanalkanaler 	Kanalkoncept 	Kanalkoncept 	Kanalkoncept 	Kanalkoncept
Kanalkoncept 		Kanalkoncept 		Kanalkoncept 		Kanalkoncept 	



Ramverket är tvåsidigt

I mitten finns **erbjudandet**

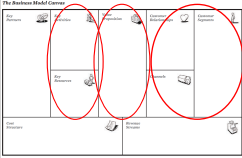

- Grunden till modellen

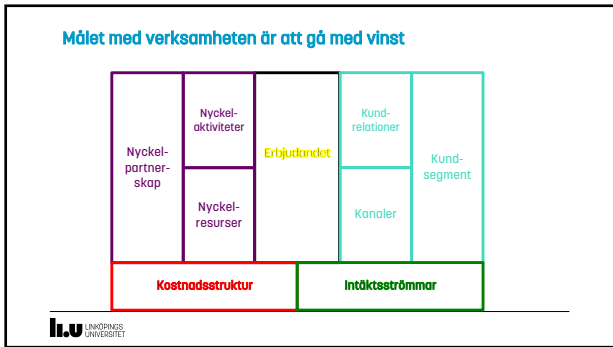
På ena sidan finns **kund och marknad**

- Här behandlas "upplevt kundvärde"
- Samt hur kunder kan nås och behållas

Den andra sidan behandlar **produktionen**

- Produktion av erbjudandet.
- Fokus på aktivitet, effektivitet, och resurser



Erbjudandet

Det företaget erbjuder:

- Kundens behov, ev. nya behov
- Bättre prestanda för kunden
- Kundanpassning direkt mot kunden

Företaget behöver undersöka:

- Vilket värde levereras till kunden?
- Vilka av kundernas problem blir lösta?
- Vilka behov tillgodoses?
- Vad ingår i erbjudandet?
- Vilka fördelar har erbjudandet gentemot konkurrenter?

I.U. LINNÉUNIVERSITET


Kundsegment - vem ska köpa?

Kundsegmentet

- De mest sannolika köparna
- Dem vars behov som avses tillfredsställas,
- Eller vars problem som avses lösas

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Kundrelationer




Företaget bör undersöka:

- Vilken typ av relation ska företaget ha med kunden
- Hur hittar företaget kunder?
- Hur behåller kunderna?
- Hur ökas lönsamheten på respektive kund?

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Kanaler




Företaget bör undersöka:

- Hur ska företaget kommunicera med kunderna?
- Hur ska utbytet ske?
 - Utbyte = köp
- Var ska utbytet ske?

• Kommunikation med kunder
• Leverans till kunderna

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Nyckelaktiviteter



Aktiviteterna för att:


- skapa ett värdeerbjudande
- nå marknader
- bibehålla kundrelationer
- generera intäkter

Företaget bör undersöka:

- Vilka aktiviteter, interna och externa måste göras för att åstadkomma allt?
- Vilka är företagets kärnaktiviteter och vad kan outsourcas?

I.U. LINNÉUNIVERSITET

Nyckelresurser




De viktigaste resurserna för modellen:


- Enligt RBV kan dessa delas in i *fysiska, finansiella, intellektuella och mänskliga*

Företaget bör undersöka:

- Vad behövs, resurser och tillgångar, för att få affärsidén att fungera?
- Exempel på grupper av resurser: fysiska, finansiella, intellektuella, mänskliga
- Vilka resurser finns i organisationen och vilka saknas?



Nyckelpartnerskap




Nätverket av leverantörer och partners som får modellen att fungera ("värdenätverket")


- Typer av partnerskap
- Strategiska allianser mellan icke konkurrerande organisationer
- *Coopetition* - strategiska partnerskap mellan konkurrerande organisationer
- *Joint ventures* för att utveckla nya idéer
- *Buyer-supplier relationships* för att försäkra sig om leverans av råvara och komponenter

Företaget bör undersöka:


- Vad är kärnverksamhet och vad är inte kärnverksamhet?
- Vad i värdekedjan ska företaget utföra och vad bör köpas från andra?



Intäktsflöden




- Intäkter som genereras från varje kund
- Transaktionsintäkter vs. återkommande intäkter



Företaget behöver undersöka:

- Kundvärde
- Vilka intäktsflöden finns?
- Vilken typ av intäkter?



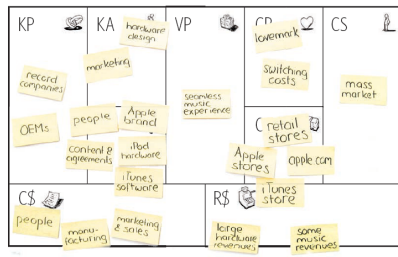
Kostnadsstruktur



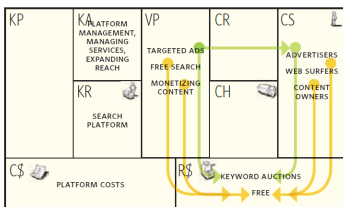
- ✓ Samtliga källor för kostnader i företaget
- Företaget bör undersöka:
- ✓ Var genereras kostnader?
 - ✓ Typ av kostnader?
 - ✓ Är det möjligt att effektivisera?

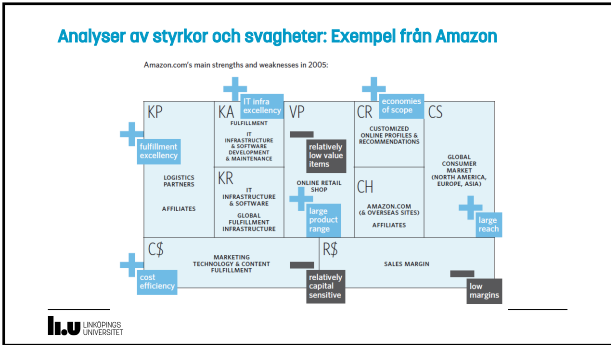


Exempel: Apple



Exempel på en affärsmodell där produkten är gratis: Google







Uppgiften

Gör en affärsmodellanalys, med hjälp av BM Canvas

- Denna gör ni på en sida, som ni mejlar mig innan ni går hem

Utifrån er analys, föreslå en ny produkt, eller koncept som passar Axis

- Denna ska ni presentera för klassen
- Presentationen ska vara ställd till Axis ledning, och vara "säljande"
- Maxtid: 5 minuter - för att alla ska kunna presentera
- Efter presentationen öppnar vi för diskussion för alla
 - Ungefär 5 minuter

Om flera grupper har samma idé, gör det inget, försök att vinkla er idé (om det behövs)

Saker att fundera på och tips

Leta efter genomgående teman

- Vad skapar företagets konkurrenskraft?

Försök att förstå berättelsen kring företaget

- Hur började det hela och hur tar man sig vidare

Använd inte bara text när ni bygger upp er canvas:

- Använd bilder, symboler, pilar etc.

Film om Business Model Canvas: <https://youtu.be/0oA0zMTLP5s>