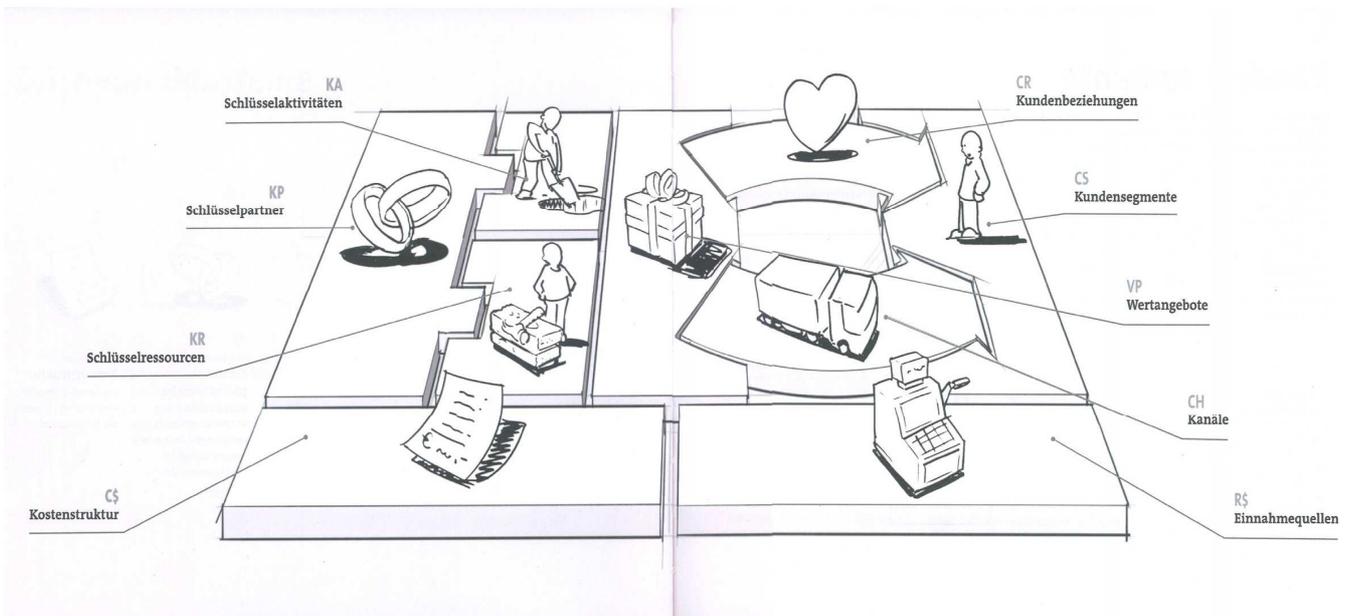


«Die 9 Schlüsselfaktoren der Geschäftsentwicklung»

Darauf kommt es immer wieder an: «Die richtigen Dinge tun, die Dinge richtig tun»: Für die Lösungen zur Geschäftsentwicklung und Unternehmensethik orientiert sich kybernetes an den 9 Schlüsselfaktoren der *Business Model Generation*¹, die Alexander Osterwalder und Yves Pigneur entwickelten. Es folgen hier die Kriterien zu den 9 Schlüsselfaktoren als Einstieg für Ihre Diskussion.



Die Kriterien zu den 9 Schlüsselfaktoren

Wertangebote

- Welche Wertvorstellung vermitteln wir dem Kunden mit unserem Angebot?
- Welche Probleme unseres Kunden helfen wir zu lösen?
- Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?
- Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir jedem Kundensegment an?

Kundenbeziehungen

- Welche Art von Beziehungen erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?
- Welche haben wir eingerichtet?
- Wie kostenintensiv sind sie?
- Wie sind sie in unser übriges Geschäftsmodell integriert?

¹ Osterwalder Alexander, Pigneur Yves (Hrsg.): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer; Frankfurt am Main (Campus Verlag) 2010.

Kundensegmente

- Für wen schöpfen wir Wert?
- Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Kanäle

- Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
- Wie erreichen wir sie jetzt?
- Wie sind unsere Kanäle integriert?
- Welche funktionieren am besten?
- Welche sind am kosteneffizientesten?
- Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

Einnahmequellen

- Für welche Wertvorstellungen sind unsere Kunden wirklich bereit zu bezahlen?
- Wofür bezahlen sie jetzt?
- Wie bezahlen sie jetzt?
- Wie würden sie gerne bezahlen?
- Wie viel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

Kostenstruktur

- Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
- Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?
- Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

Schlüsselressourcen

- Welche Schlüsselressourcen erfordern unsere Wertangebote?
- Unsere Distributionskanäle?
- Kundenbeziehungen?
- Einnahmequellen?

Schlüsselpartner

- Wer sind unsere Schlüsselpartner?
- Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
- Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?
- Welche Schlüsselaktivitäten üben Partner aus?

Schlüsselaktivitäten

- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertangebote?
- Unsere Distributionskanäle?
- Kundenbeziehungen?
- Einnahmequellen?

