

Ansprechpartnerin

Dipl.-Ing. Dr.techn. Christiana Ropposch

E-Mail: christiana.ropposch@tugraz.at

Telefon: +43 316/873-7502

Titel: Value Proposition Development

Workshop-Beschreibung:

Der Kundennutzen definiert den Grund, wieso Kunden ein Produkt kaufen oder eine Dienstleistung nutzen. Kunden werden sich für Produkte oder Dienstleistungen entscheiden, die Ihnen den größten Nutzen bringen. Daher ist das Ziel dieses Workshops, den Kundennutzen für ein Kundensegment Ihres Geschäftsmodell auszuarbeiten und zu einer Value Proposition zu definieren.

Als Basis für diesen Workshop dient das erarbeitete Business Model Canvas aus dem Workshop Business Model Development. Mit Hilfe des Value Proposition Canvas betrachten wir nun in diesem Workshop zwei Elemente des Business Model Canvas im Detail. Diese Elemente sind die Value Proposition und das Kundensegment. Dazu wird auf der einen Seite das Kundensegment detailliert ausgearbeitet, um Informationen über Kundenjobs, Erwartungen und Herausforderungen zu erlangen. Auf der anderen Seite wird die Value Map erarbeitet, welche die Angebote des Unternehmens enthält sowie die Abstimmung dieser auf die Kundenbedürfnisse im betrachteten Kundensegment.

Am Ende des Workshops sind Sie in der Lage, die Value Proposition speziell auf die Kundenbedürfnisse Ihres Kundensegments zu entwickeln. Eine Value Proposition, die den Kundennutzen klar herausstreicht, bildet die Basis eines erfolgreichen Geschäftsmodells.

Ziele:

- Weiterführendes Verständnis in der Erarbeitung des Geschäftsmodells
- Kennenlernen des Value Proposition Canvas
- Praktische Anwendung des Value Proposition Canvas anhand eines Beispiels

Zeitlicher Ablauf des Workshops (4h):

- Voraussetzungen: Erarbeitetes Business Model Canvas aus dem Workshop Business Model Development

00:00 – 00:15	15 min	Start des Workshops, Präsentation der Agenda
00:15 – 00:45	30 min	Keynote: "Value Proposition Design"
00:45 – 02:15	90 min	Gruppenarbeit: Value Proposition Design
02:15 – 02:30	15 min	Pause
02:30 – 03:00	30 min	Integration der Ergebnisse in das Geschäftsmodell
03:00 – 03:45	45 min	Präsentation und Diskussion der Ergebnisse
03:45 – 04:00	15 min	Feedback und Abschluss des Workshops

Literaturempfehlungen:

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation – A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2014), *Value Proposition Design*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.