

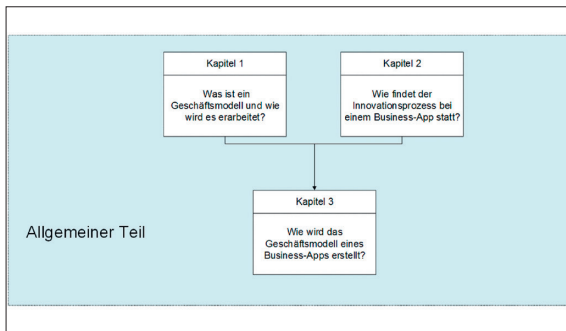


Giulio Marty

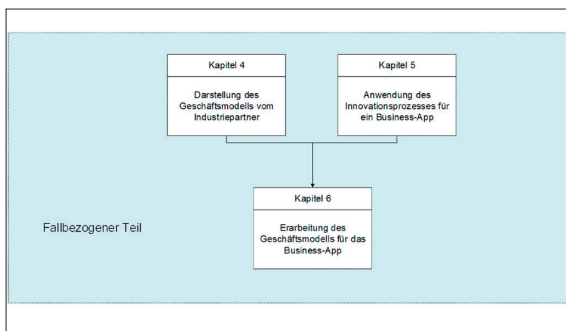
Diplomand	Giulio Marty
Examinatorin	Prof. Dr. Katharina Luban
Experte	Dr. Thomas Lorenzer
Themengebiet	Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb

Entwicklung des Geschäftsmodells eines Business-Apps

Der Innovationsprozess bei einem Business-App und die Erstellung des Geschäftsmodells



Ablauf des allgemeinen Teils



Ablauf des fallbezogenen Teils

Ausgangslage: Viele Unternehmen haben unterschiedliche Vertriebskanäle (direkte über firmeneigene Marktorganisationen und indirekte z.B. über Dealer). Dies hat zur Folge, dass Kunden, die über indirekte Kanäle ihre Produkte kaufen, für die Firma unbekannt sind. Dadurch kann das Unternehmen diese Kunden nicht optimal beraten und nur schwierig Kontakt mit ihnen aufnehmen. Das Ziel dieser Arbeit ist es, Erfolgsfaktoren für ein mobiles App eines Unternehmens zu erarbeiten, das diese Problematik löst. Es soll am Fallbeispiel eines Industriepartners ein mögliches App gefunden und mithilfe eines Geschäftsmodells dargestellt werden. Dabei wird aufgezeigt, wie der Innovationsprozess zum Suchen unterschiedlicher App-Ideen aussieht und wie ein solches App mithilfe eines Geschäftsmodells dargestellt werden kann.

Vorgehen: Das Vorgehen bei der Bachelorarbeit unterteilt sich in einen allgemeinen und einen fallbezogenen Teil. Im allgemeinen Teil der Arbeit werden die theoretischen Grundlagen geschaffen, die für das Erarbeiten eines Geschäftsmodells und die Ideen-suche bei einem App notwendig sind. Diese Erkenntnisse werden im fallbezogenen Teil an einem Unternehmen angewendet. Das Unternehmen ist dabei ein Industriepartner, der eine Lösung zur Verbreiterung der Kunden-Stammdaten sucht. Im Fallbeispiel wird das Geschäftsmodell des Unternehmens erstellt und der Innovationsprozess zur Ideenfindung unterschiedlicher Apps gestartet. Dabei wird die Kreativitätstechnik Brainstorming angewendet. Um die beste Möglichkeit für ein App auszuwählen, werden die Bewertungsmethoden Pro/Kontra-Katalog, Paarvergleich und Nutzwertanalyse angewendet. Aus den vier erfolgversprechendsten Lösungsideen wird die beste ermittelt und detailliert mithilfe eines Geschäftsmodells beschrieben.

Ergebnis: Von den vier Lösungsideen, die mit der Nutzwertanalyse bewertet wurden, ist diejenige die beste, die den Kunden Hilfestellungen über ein App anbietet, wenn sie Probleme mit den Produkten des Unternehmens haben. Das Ziel ist dabei, dass sich die Kunden schnell selber helfen können und nicht länger nach Lösungen suchen müssen. Dadurch kann den Kunden ein Mehrwert durch eine Zeiteinsparung beim Arbeiten geboten werden. Ausserdem können sämtliche Kundensegmente des Industriepartners von einem solchen App profitieren, weshalb das sogenannte «Erste Hilfe»-App als beste Lösungsidee eingestuft wird. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Probleme der Kunden durch den Industriepartner ausgewertet werden können, wodurch die Problematik der fehlenden Kundendaten verringert wird. Im Geschäftsmodell sind alle wesentlichen Informationen aufgeführt. Es beinhaltet einen Use Case, um zu sehen wie das App durch den Nutzer angewendet wird, und es werden Informationen wie der Mehrwert für Kunde und Unternehmen und die Kostenstruktur aufgezeigt.

Nutzwertanalyse									
		Erste Hilfe		Testfunktion		Tool-App		Verwaltungslösung	
Bewertungskriterien	Gewichtung	Bewertung	Gesamt	Bewertung	Gesamt	Bewertung	Gesamt	Bewertung	Gesamt
Mehrwert für Kunde	15%	5	0,75	1	0,15	3	0,45	6	0,90
Sammeln von Kundendaten	15%	4	0,60	2	0,30	2	0,30	6	0,90
Investitionsvolumen	10%	4	0,40	4	0,40	6	0,60	1	0,10
Komplexität	10%	4	0,40	4	0,40	4	0,40	1	0,10
Zeitbedarf für Entwicklung und Aufbau	10%	4	0,40	4	0,40	3	0,30	1	0,10
Revenue Stream	3%	4	0,12	4	0,12	1	0,03	6	0,18
Verbesserung Kundenbeziehung	3%	3	0,09	6	0,18	3	0,09	4	0,12
Marktvolumen	13%	6	0,78	6	0,78	1	0,13	6	0,78
Wettbewerbsvorteil	8%	4	0,32	1	0,08	1	0,08	6	0,48
Nutzung vorhandenes Know-how	5%	4	0,20	4	0,20	6	0,30	3	0,15
Lock-in-Effekt	8%	6	0,48	6	0,48	2	0,16	3	0,24
Summe	100%		4,54		3,49		2,64		4,05

Nutzwertanalyse