

# Design för företag

## Uppgift 4 – Testning av en affärsmodell

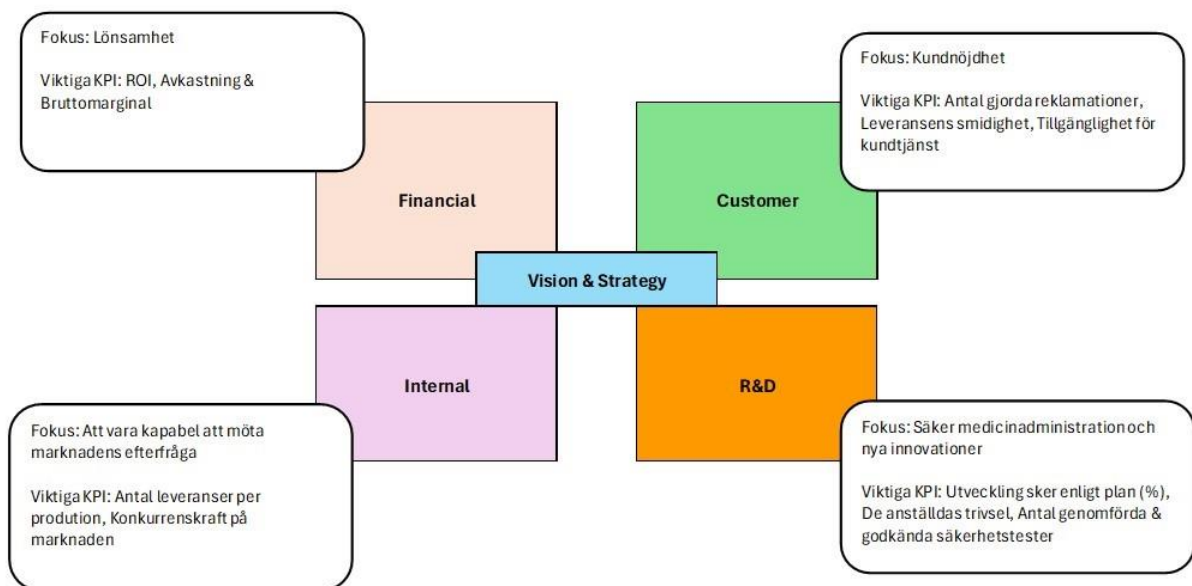
Hektor Dahlberg – 2201899

Elin Granholm - 2003183

Fanny Törn - 2003663

Jenni Talvinen – 2202500

## Balanced Scorecard (sv. balanserat styrkort)



För att underlätta vårt arbete i framtiden har vi testat våra antaganden genom att skapa ett balanserat styrkort enligt vilket vi ska bedöma hur bra de olika delarna av vår verksamhet fungerar. I fråga om våra kunder satsar vi på kundnöjdhet. Detta mäter vi med antal gjorda reklamationer, leveransens smidighet samt hur tillgänglig vår kundtjänst anses vara. Dessutom tar vi i beaktande våra samarbetspartner och med låg tröskel hör av deras önskemål och bekymmer. Vi satsar också på R&D dvs. forskning och utveckling. Vår avsikt är att satsa på forskning för säker medicinadministration och hitta på nya innovationer inom ramen för medicin. Viktiga mått inom denna del av vår verksamhet är t.ex. utveckling sker enligt plan (%-tal) och antal genomförda och godkända säkerhetstester.

Vad gäller vår verksamhet på mer intern nivå, letar vi efter att vara kapabel att möta marknadens efterfråga. Detta mäter vi med antal leveranser per produktion samt konkurrentkraft på marknader. Konkurrentkraften mäter vi genom att jämföra vår omsättning med våra konkurrenters siffror. Den

finansiella aspekten i vår verksamhet handlar mest om lönsamhet. Detta mäter vi med olika nyckeltal som ROI (return on investment), avkastning på totalt kapital samt bruttomarginal. Med dessa nyckeltal anser vi att vi får fram den information som behövs för att bedöma lönsamheten i vår syssel.

Business model stress test

Excel: [Business model stress test](#) Password: DFG\_2024

		development 1: Teknisk innovation förbättrar övervakning och diagnos via AI och sensorer, läkare behövs inte mera för diagnoseringen och produkten kan köpas av vem	development 2: Delat ansvar för övervakning och diagnoser där patienten kan köpa produkten själv, men läkaren har slutlig kontroll om diagnoser.	development 3: Endast läkare kan tillåta kunder att få använda produkten, diagnostisera samt bestämma om doseringen
WHO: Kunder	personer med kroniska sjukdomar	Kunder köper rakt från oss, inga mellan händer behövs	Kunder kan köpa produkten själva	Osäkerhet om kundens tillgång till produkten
	Hälsovårdsinstitutioner	Denna tjänst upphör	Mindre antal sålda produkter	Hälsovårdsinstitutioner börjar köpa produkten
	Tekniskt intresserade personer	Kunder köper rakt från oss	Kund gruppen kommer att kunna börja köpa produkten	Gruppen har inte tillgång till produkten
WHAT:	Automatiserad diagnosering	Diagnoseringen ger snabb och säker behandling, ökar	Denna tjänst finns inte	Denna tjänst finns inte
	Realtidsövervakning			Ökad mängd data för R&D, använder input om produkten
	Automatiserad dosering	Produkten finns	Produkten finns men läkaren behövs för diagnosen	Produkten finns men läkaren har fullkontroll
HOW: Activities and partners	Utveckling av teknik	Minskade utgifter men maintenance costs	Höga utgifter för att kunna bevisa att produkten är säker	Höga utgifter för att kunna bevisa att produkten är säker
	Partnerskap med sjukhus			Produkten kan fås till patienterna
	Juridiska aktiviteter såsom rättstvister & lobbying		Höga kostnader för att kunna lobba för ändrad lagstiftning	Höga kostnader för att kunna lobba för ändrad lagstiftning
WHY: costs and revenues	Intäkter från försäljning	Inkomsterna kommer rakt till oss	Inkomsterna kommer delvis rakt till oss	Intäkter som är låga till utgifterna
	Kostnader för forskning		Höga utgifter för att kunna bevisa att produkten är säker	Höga utgifter för att kunna bevisa att produkten är säker
	Marknadsföringskostnader		B2C kostnader ökar samt B2B finns	lobba för ändrad lagstiftning och B2B

För att vår produkt ska vara värd att investera i, måste vi vara säkra på att vi har ett marknadsområde. Eftersom produkten används inom läkemedelsbranschen kommer vi att stöta på flera problem relaterade till lagstiftningen innan vi kan få produkten fullt ut på marknaden. De olika utvecklingsfaserna (Utveckling 1, 2 och 3) visar hur marknaden kan förändras beroende på lagstiftningens påverkan på vår produkt. Som framgår av tabellen kommer vi att ha en lång period från Utveckling 1 till 3 innan produkten kan bli lönsam. Under denna tid kommer lagstiftningen att utgöra ett hinder för vår produkt och innovation.