Ex.8

Business Model Canvas für einen Open Source Anbieter Ihrer Wahl anwenden: Beantworten Sie für jeden dieser Punkte kurz die Fragen auf den Vorlesungsfolien.

puzzle.ch

# 1. Kundensegmente (Customer Segments)

− Für wen sind wir tätig

Lagoon, Decidim, FMSx, Hitobito und APPUiO

− Wer sind unsere bedeutendsten Kunden?

BLS, SBB, viele mehr

# 2. Wertversprechen (Value Proposition)

− Welchen Wert stellen wir für den Kunden her?

Puzzle hilft bei der Konzeption und Realisierung der Software, bei der Wahl der richtigen Open Source-Lizenz und beim Aufbau und dem Management der Community.

− Welches Kundenproblem/-aufgabe lösen wir?

Realisieren von anspruchsvollen, individuellen Projekten als Generalunternehmer oder als Teil einer Kooperation

Kurz- oder langfristigen Einsätzen der Spezialisten in Teams und Projekten vor Ort.

Beratung zum Einsatz neuster Technologien, lösen von kniffligen Problemen und Erarbeitung von ganzheitlichen, nachhaltigen IT-Konzepten.

− Welche Produkt/Servicekombination bieten wir an?

Software Development: wir kreieren zukunftsgerichtete Innovationen – gemeinsam mit dir.

User Experience: „We Are Cube“ berät dich in den Bereichen UX und Usability von Anwendungen und Websites.

Consulting: Consultants begleiten Teams bei der Adaptierung und Einführung von neusten Technologien, Methoden und Tools.

Infrastructure & Services: konzipieren, bauen und automatisieren stabile IT-Infrastrukturen auf Basis von Linux und unterstützen bei der Wartung und dem Life-Cycle Management bestehender Umgebungen.

Techlabs & Trainings: unterstützen bei der Automatisierung von Delivery-Prozessen und der Einführung von Container- und Cloud-Technologien.

Puzzle Mobility: Ob Konzeption, User Experience, Solution Architecture, agile Software-Entwicklung oder Infrastruktur: Seit über 15 Jahren bieten wir die ganze Bandbreite an IT-Dienstleistungen.

Lösungen: Einmal entwickeln, mehrfach anwenden – dies ist die Kernidee einer Gemeinschaftslösung.

− Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?

Siehe oben

# 3. Kanäle/Vertriebswege (Channels)

− Über welche Wege möchten unser Kunden erreicht werden?

Events

− Wie erreichen wir sie derzeit?

Events, LinkedIn

− Wie sind unsere Vertriebswege untereinander verflochten?

− Welche sind am erfolgreichsten?

− Welche sind am kostengünstigsten?

− Wie verbinden wir sie mit dem Kundenverhalten?

# 4. Schlüsseaufgaben (Key Activities)

− Was machen wir?

− Welche Kernleistungen erbringen wir?

Realisieren von anspruchsvollen, individuellen Projekten als Generalunternehmer oder als Teil einer Kooperation

Kurz- oder langfristigen Einsätzen der Spezialisten in Teams und Projekten vor Ort.

Beratung zum Einsatz neuster Technologien, lösen von kniffligen Problemen und Erarbeitung von ganzheitlichen, nachhaltigen IT-Konzepten.

− Welche Kernleistungen verlangen unsere Kunden?

Kunde erwartet Erfahrung und Know How auf Seiten von puzzle

− Werterstellung

− Vertriebskanäle

− Kundenbeziehungen

− Umsatzerzielung

# 5. Kundenbeziehungen (Customer Relations)

− Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschieden Kunden-Arten von uns?

Je nach Kunde.

Support bei laufenden Technologien

Innovation bei der Einführung / Ausbau von Technologien

− Welche haben wir bereits geschaffen?

− Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells?

− Welche Kosten verursachen sie?

# 6. Einnahmequellen (Revenue Streams)

− Für welche Leistung sind unsere Kunden tatsächlich bereit zu bezahlen?

− Für welche zahlen sie derzeit?

− Wie zahlen sie derzeit?

− Wie möchten sie gerne bezahlen?

− Welchen Anteil tragen die einzelnen Ertragsströme zum Gesamtergebnis bei?

# 7. Schlüsselressourcen (Key Ressources)

− Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere Nutzen-Versprechen?

Know How

− Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle?

− Kunden-Beziehungen?

− Einnahmequellen?

Projekte

# 8. Schlüsselpartner (Key Partners)

− Wer sind unsere strategischen Partner?

Lagoon, Decidim, FMSx, Hitobito und APPUiO

− Wer sind unsere strategischen Lieferanten?

− Welche Kernleistungen erbringen unsere Partner?

Spenden

# 9. Kostenstruktur (Cost Structure)

− Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell?

Personalkosten, Bürokosten

− Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv?

− Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?

Know How Transfer innerhalb der Firma