



# Digitale Innovation: Von der Idee zur Wirkung

Übungsgruppe 2

Lehrstuhl für Digitale Innovation und Entrepreneurship

Prof. Dr. Steffi Haag

# Syllabus – Übungsgruppe 2

No.	Datum	Zeit	Thema
1	24. April 2024	12:30 – 14:00	Teambildung
2	15. Mai 2024	12:30 – 14:00	Ideensuche und -auswahl
3	29. Mai 2024	12:30 – 14:00	Digitales Geschäftsmodell
4	12. Juni 2024	12:30 – 14:00	Prototyp und MVP
5	26. Juni 2024	12:30 – 14:00	Wertschöpfung
6	10. Juli 2024	12:30 – 14:00	Pitching und Q&A

## II. Business Model Canvas

1. Recap Ideensuche

2. Business Model Canvas

3. Persona der Schlüsselkunden/Nutzenden

4. Jobs-To-Be-Done Statement

5. Value Proposition Canvas

6. Organisatorisches

# 1. Recap Ideensuche



## Stellt eure Ideensuche und –auswahl kurz vor

---

- Wie ist eure Ideensuche verlaufen?
- Welche potenziellen Ideen habt ihr ausgewählt?
- Welche Risiken habt ihr vorläufig identifiziert?
- Welches Marktpotenzial hat/haben eure Idee/n?

## 2. Business Model Canvas












# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

<b>Key Partners</b>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p><b>MOTIVATIONS FOR PARTNERSHIPS</b> Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities</p>	<b>Key Activities</b>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams?</p> <p><b>CATEGORIES</b> Production Problem Solving Platform/Network</p>	<b>Value Propositions</b>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p><b>CHARACTERISTICS</b> Newness Performance Customization "Getting the Job Done" Design Brand/Status Price Cost Reduction Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability</p>	<b>Customer Relationships</b>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p><b>EXAMPLES</b> Personal assistance Dedicated Personal Assistance Self-Service Automated Services Communities Co-creation</p>	<b>Customer Segments</b>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>Mass Market Niche Market Segmented Diversified Multi-sided Platform</p>			
<b>Key Resources</b>  <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><b>TYPES OF RESOURCES</b> Physical Intellectual (Brand patents, copyrights, data) Human Financial</p>		<b>Channels</b>  <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p><b>CHANNEL PHASES</b> 1. Awareness How do we raise awareness about our company's products and services? 2. Evaluation How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition? 3. Purchase How do we allow customers to purchase specific products and services? 4. Delivery How do we deliver a Value Proposition to customers? 5. After sales How do we provide post-purchase customer support?</p>					
<b>Cost Structure</b>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><b>IS YOUR BUSINESS MORE</b> Cost Driven (lowest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)</p> <p><b>SAMPLE CHARACTERISTICS</b> Fixed Costs (salaries, rents, utilities) Variable costs Economies of scale Economies of scope</p>		<b>Revenue Streams</b>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <table><tr><td><b>TYPES</b> Asset sale Usage fee Subscription Fees Lending/Rentals/Leasing Licensing Brokerage fees Advertising</td><td><b>FIXED PRICING</b> List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent</td><td><b>DYNAMIC PRICING</b> Negotiation (Bargaining) Yield Management Real-time-Market</td></tr></table>			<b>TYPES</b> Asset sale Usage fee Subscription Fees Lending/Rentals/Leasing Licensing Brokerage fees Advertising	<b>FIXED PRICING</b> List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent	<b>DYNAMIC PRICING</b> Negotiation (Bargaining) Yield Management Real-time-Market
<b>TYPES</b> Asset sale Usage fee Subscription Fees Lending/Rentals/Leasing Licensing Brokerage fees Advertising	<b>FIXED PRICING</b> List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent	<b>DYNAMIC PRICING</b> Negotiation (Bargaining) Yield Management Real-time-Market					



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.


### 3. Persona





# Persona

- Erstellt einen Steckbrief für eure Persona
- Nutzt die Vorlage rechts oder probiert ein Online-Tool aus
  - <https://www.hubspot.com/make-my-persona>

	<b>Name:</b> Marco <b>Job:</b> Grafiker <b>Unternehmen:</b> Atelier Grafiklabor	
<b>Ziele.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– möchte fancy Grafik- und Webprojekte realisieren</li><li>– will Unabhängigkeit und keine langfristigen Verträge</li><li>– möchte als Grafiker «Überleben»</li><li>– möchte seine Wordpress Skills erweitern (ist selbst am ausprobieren)</li></ul>	<b>Herausforderungen.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– er hat für Webseiten kaum Budget (daher simple Lösungen)</li><li>– am Anfang laufen die Projekte immer super (aber Projekt dauert immer länger als geplant)</li><li>– ist selbst nicht unbedingt Screendesign/Webkonzepter und wäre froh um einen Profi</li></ul>	
<b>Merkmale.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– 26 Jahre</li><li>– ein Bürokumpel</li><li>– macht viele Flyer, CI Aufträge für Verwandte, Kollegen und kleine Firmen</li><li>– seit einem Jahr selbstständig (gleich nach der Kunsthochschule)</li></ul>	<b>Aktionen um Ziel zu erreichen.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– sucht kurzfristig, günstige und einfache Weblösungen</li><li>– sucht technischen Support, da er selbst eigentlich gar keine Ahnung hat</li><li>– ist ein visueller Perfektionist und baut das, was er will (nicht unbedingt, was der Kunde will)</li></ul>	<b>Suchanfragen.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– einfache Websitelösungen</li><li>– Unterstützung Websitekonzeption</li></ul>
<b>Beispiele.</b> Roger	<b>Was bieten wir dieser Persona an?</b> einfache Webseite & ähnliches, Hilfe in Sachen Technik, Screendesign, etc.	

## 4. Jobs-To-Be-Done Statement



# Jobs-To-Be-Done-Statement

---

Wenn ich ... (Kontext)

Aber ... (Hindernis)

Hilf mir dabei ... (Ziel)

Damit ich ... (Ergebnis)

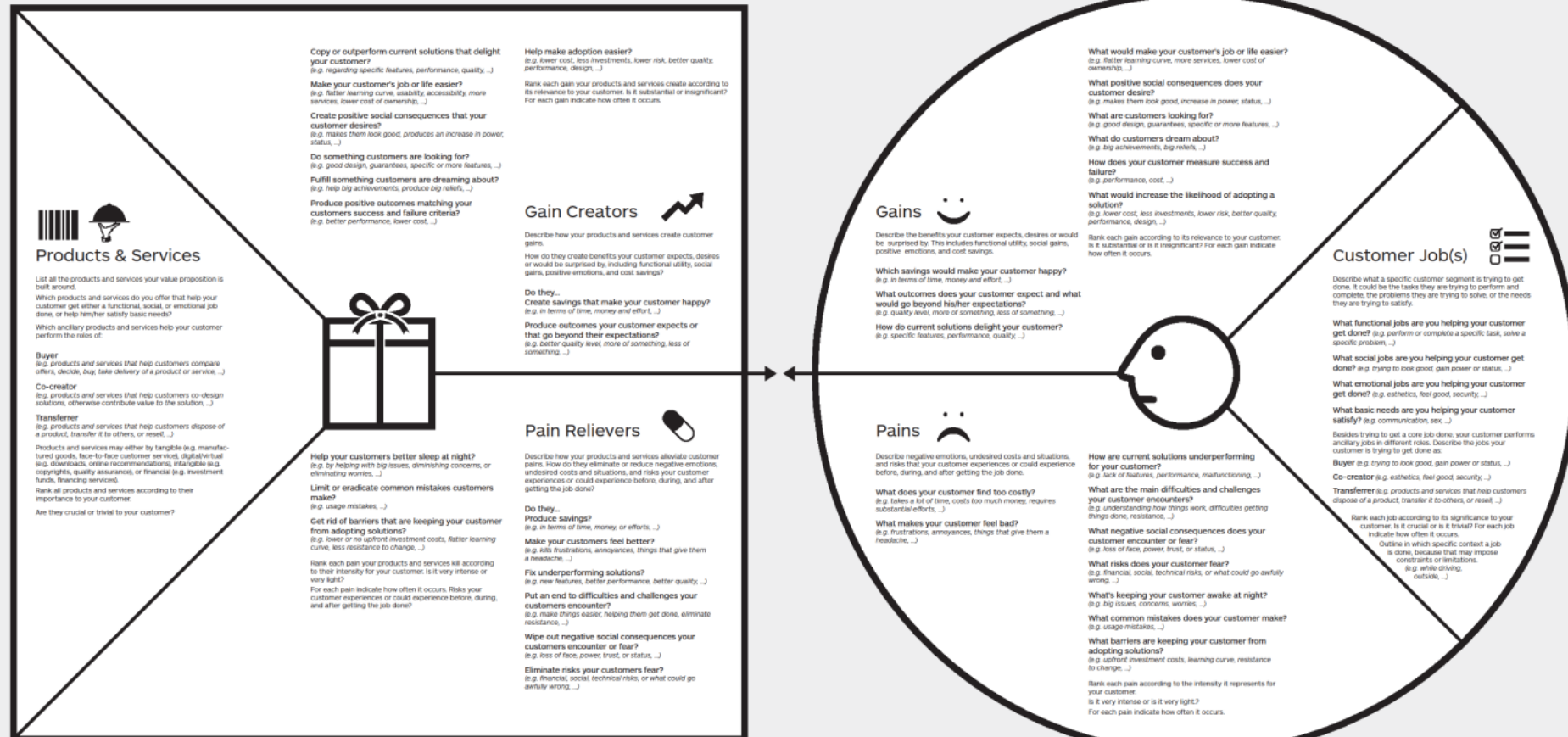
## 5. Value Proposition Canvas



# The Value Proposition Canvas

## Value Proposition

## Customer Segment





# Aufgaben – Digitales Geschäftsmodell

- Business Model Canvas
  - Persona
  - Jobs-To-Be-Done Statement
  - Value Proposition Canvas
- Diese Inhalte werden von 2 Gruppen in der nächsten Sitzung präsentiert.



## 6. Organisatorisches

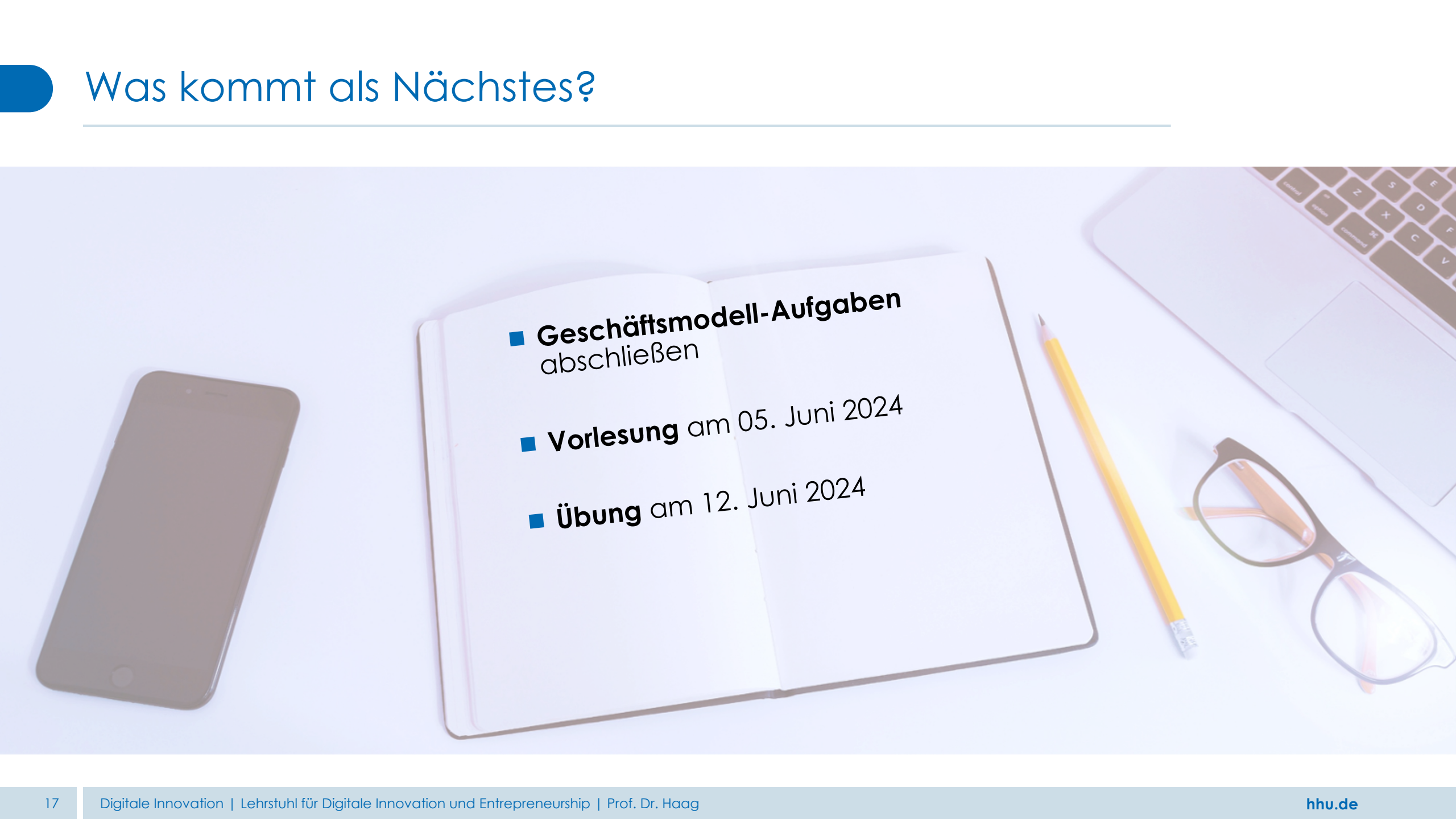


# Syllabus – Übungsgruppe 2

No.	Datum	Zeit	Thema
1	24. April 2024	12:30 – 14:00	Teambildung
2	15. Mai 2024	12:30 – 14:00	Ideensuche und -auswahl
3	29. Mai 2024	12:30 – 14:00	Digitales Geschäftsmodell
4	12. Juni 2024	12:30 – 14:00	Prototyp und MVP
5	26. Juni 2024	12:30 – 14:00	Wertschöpfung
6	10. Juli 2024	12:30 – 14:00	Pitching und Q&A



# Was kommt als Nächstes?

- 
- A top-down view of a desk with a light blue background. In the center is an open notebook with a brown cover. To the left of the notebook is a black smartphone. To the right is a yellow pencil and a pair of black-rimmed glasses. In the top right corner, a portion of a laptop keyboard is visible. The notebook's left page contains a list of three items, each preceded by a blue square bullet point.
- **Geschäftsmodell-Aufgaben** abschließen
  - **Vorlesung** am 05. Juni 2024
  - **Übung** am 12. Juni 2024

# Fragen?

---





Prof. Dr. Steffi Haag



## Kontakt

Heinrich-Heine-Universität  
Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften  
Institut für Informatik  
Graf-Adolf-Str. 63 | 40210 Düsseldorf | Deutschland

Gebäude 37.05 | Ebene 4 | Raum 04.08  
E-Mail [steffi.haag@hhu.de](mailto:steffi.haag@hhu.de)

Sprechzeiten: nach Vereinbarung

Joris van Bohemen



## Kontakt

Heinrich-Heine-Universität  
Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften  
Institut für Informatik  
Graf-Adolf-Str. 63 | 40210 Düsseldorf | Deutschland

Gebäude 37.05 | Ebene 4 | Raum 04.11  
E-Mail [joris.vanbohemen@hhu.de](mailto:joris.vanbohemen@hhu.de)  
Telefon 0211 81 15675

Sprechzeiten: nach Vereinbarung