

THE PRODUCT VISION BOARD EXTENDED



VISION

What is your motivation for creating the product?
Which positive change should it bring about?



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?
Who are the target customers and users?



NEEDS

Which problem does the product solve?
What benefit does it provide?



PRODUCT

What product is it?
What makes it stand out?
Is it feasible to develop the product?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?
What are the business goals?



COMPETITORS

Who are your main competitors?
What are their strengths and weaknesses?



REVENUE STREAMS

How can you monetise your product and generate revenues?



COST FACTORS

What are the main cost factors to develop, market, sell, and service the product?



CHANNELS

How will you market and sell your product?
Do the channels exist today?

THE PRODUCT VISION BOARD EXTENDED



VISION

Die App soll den Menschen helfen anhand eines Wettkampfes ihren CO2-Abdruck zu verringern
Die App soll helfen die Umwelt ein bisschen besser zu machen und den CO2-Ausstoß der Benutzer zu verringern



TARGET GROUP

Die App ist auf das Marktsegment Umweltschutz ausgerichtet

Die Zielgruppe sollte jeder sein, der daran interessiert ist die Umwelt und somit die Zukunft unserer Erde zu schützen



NEEDS

Die App hilft den Menschen einen Überblick über ihren CO2-Ausstoß zu haben und somit ihnen helfen soll, ihn zu verringern

Regionale Projekte, die dem Umweltschutz dienen, können gefördert werden und die Menschen werden darauf aufmerksam gemacht, wie die Umwelt am besten geschützt und verbessert werden kann.



PRODUCT

Es ist eine App, die immer wieder durch weitere Funktionen, die den Menschen helfen können ihren Fußabdruck zu verringern, erweitert werden kann.

Ein weitere Funktion ist die Ranking-Tabelle, welche in verschiedenen Regionen (lokal, national, global) unterteilt wird. Dadurch soll eine Art Wettkampf ermöglicht werden, in dem sich die Nutzer miteinander messen, um einen geringeren CO2-Ausstoß zu erreichen und so im Ranking aufzusteigen.

Die App sticht heraus, da sie die heutigen wichtigen Themen der Generationen unterstützt und den Menschen zeigt, dass jeder helfen muss, dass wir unsere Umweltziele erreichen.



BUSINESS GOALS

Bei der Entwicklung der App steht stets der Gedanken - die Umwelt zu verbessern – im Vordergrund. Hierdurch wird für ein umweltbewusstes Image gesorgt, wodurch weitere Sponsoren und Investoren in das Projekt mit rein geholt werden können.
Des Weiteren werden alle durch die App erzielten Gewinnen an Organisationen gespendet, die sich für die Umwelt einsetzen.

Das Ziel ist es ein umweltfreundliches Image zu repräsentieren, dass den Generationen einen Anstoß gibt, wie sie ihre Lebensqualitäten verbessern können.



COMPETITORS

Konkurrenten sind bereits bestehende Apps, die sich für den Umweltschutz stark machen und ihre App durch unsere Ideen erweitern wollen. Ihr Schwächen werden sein, dass sich unsere App immer wieder verändern kann und den Benutzern ein gut gestaltetes UI bereit gestellt wird. Unsere App wird zudem von einer Gruppe von freiwilligen Programmieren gestaltet, die ihr Leben dem Umweltschutz widmen. Ganz getreu dem Motto „Von Umweltschützern für Umweltschützern“. Ein weiterer Aspekt, der uns von bestehenden Mitstreitern unterscheidet ist unsere Ranking- und Achievement-Funktion. Hierdurch ähnelt die App stückweit einer Spiele-App, wodurch besonders die junge Generation spielerisch an das Thema „Umwelt“ herangeführt werden soll.



REVENUE STREAMS

Das Produkt dient ausschließlich dem Umweltschutz und Einnahmen, die durch Werbeanzeigen entstehen, sind für die Weiterentwicklung und Sicherheit der App nötig.

Die Umsätze der App setzen sich aus einem Großteil aus Werbeeinnahmen und Spendeneinnahmen zusammen. Außerdem wird eine Premiumversion der App angeboten, wodurch dem Nutzer gewisse Vorzüge gegenüber eines „Normalnutzers“ geboten werden.



COST FACTORS

Planung, Design und Programmierung sind die Hauptkosten, die App zu entwickeln.

Das Marketing kann durch regionale Geschäfte übernommen werden, die sich dem Umweltschutz anschließen. Zudem verbreiten sich gute Apps heutzutage unter Studenten und Schülern schnell.



CHANNELS

Die App wird über die gängigen Kanäle erreichbar sein. Darunter fallen der App Store von Apple und der Google Play Store für Android-Nutzer