

AUSGANGSLAGE

Ein Corporate Startup aus dem Mobility Sektor möchte eine digitale In-Car-Delivery Lösung auf den Markt bringen. Das Geschäftsmodell, ob im Corporate Branding oder als White-Label Lösung, sowie ein aussagekräftiges Werteverprechen sind Voraussetzung für die Produktentwicklung.

PROBLEM

Die unterschiedlichen, heterogenen Anforderungen aller Stakeholder stellt das Startup vor große Herausforderungen. Es fehlt eine Priorisierung sowie klare Ausrichtung. Innerhalb des Projektteams gibt es kein gemeinsames Verständnis der Value Proposition. Die zentrale Herausforderung ist die strategisch sinnvolle Bewertung und Schärfung eines neuen Geschäftsmodells.

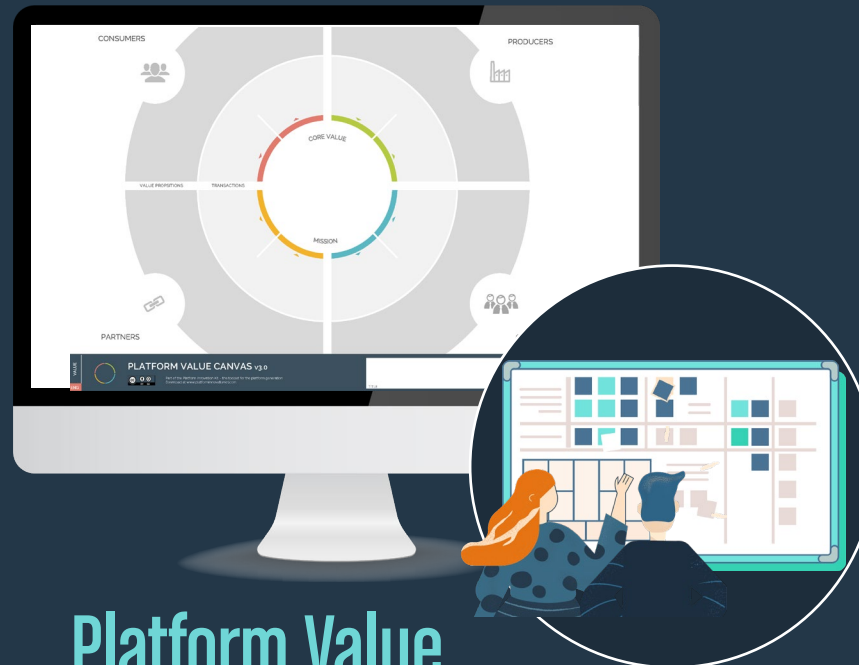
VORGEHENSWEISE

- Konzeption und Durchführung einer Workshop-Serie zur Schärfung aller Bausteine des Geschäftsmodells.
- Die Platform Value Canvas, wurde auf Basis einer klaren Segmentierung der Anspruchsgruppen, einem strategisch sinnvollen Werteverprechen sowie direkten Maßnahmen zur Erfüllung dieses Versprechens aufgestellt.

ERGEBNIS

Die erste Idee wurde zum greifbaren und umsetzbaren Geschäftsmodell. Das Team hatte eine klare Mission mit Zielbild und konnte somit die nächsten Entwicklungsschritte einleiten.

Anhand der detaillierten Platform Value Canvas konnten die Aufgaben im Team neu strukturiert und entsprechende Arbeitsschritte identifiziert werden.



Platform Value Canvas

QUICK FACTS



Mobilitätsbranche



Heterogene Anforderungen der Stakeholder, kein ausgereiftes Geschäftsmodell



Detaillierte Platform Value Canvas als Teil der Platform Business Modell Canvas



Projektdauer: 2 Wochen

ANSPRECHPARTNER



Karsten Winkler



karsten.winkler@kadacon.com



+49 160 263 72 39