

INTERNATIONAL CENTER FOR INNOVATION

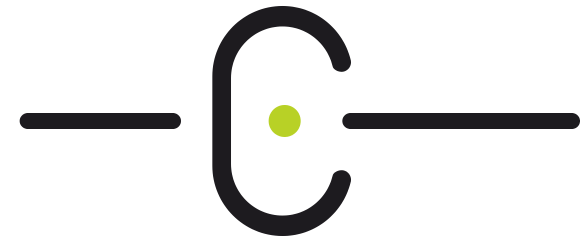
THE EUROPEAN UNION
The European Regional
Development Fund

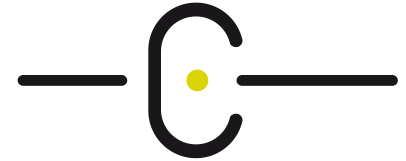


Investing in your future



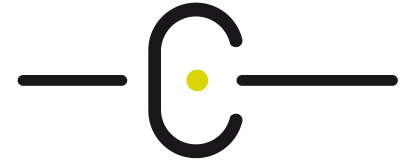
Aalborg Universitet
Fibigerstræde 16
DK-9220 Aalborg
T: +45 9940 8987
F: +45 9815 3040
www.ici.aau.dk





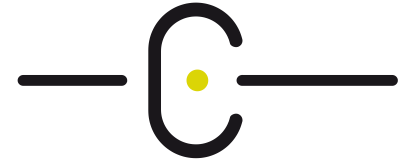
Program

- Opsamling fra vækst træf 2 – Sverige
- Overblik – arbejde vækst træf 3 Norge
- Innovation og vækst – Udfra business modellen (BM)
- Innovation og vækst - Udfra de 6 veje (Blue Ocean)
- Hjemme opgave til næste gang – arbejde mod Vækst træf 4 - Danmark



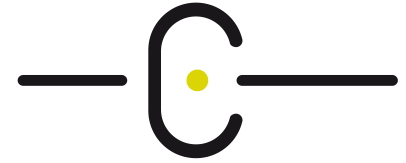
Opsamling fra vækstattref 2 – Sverige!

- Opsamling på hjemmeopgave om business model
- Indtjenings modeller – (39)
- Litteratur – liste
- Næste afsnit i filmen – “Designing Your Own Loo”
- Status på aflevering af materiale (24 ud af 36)
- Videre perspektiv i forhold til brugen af Strategilærredet og business model – virksomheder, forskning, offentlige aktører – den skandinaviske model
- Innovation og vækst – næste step!



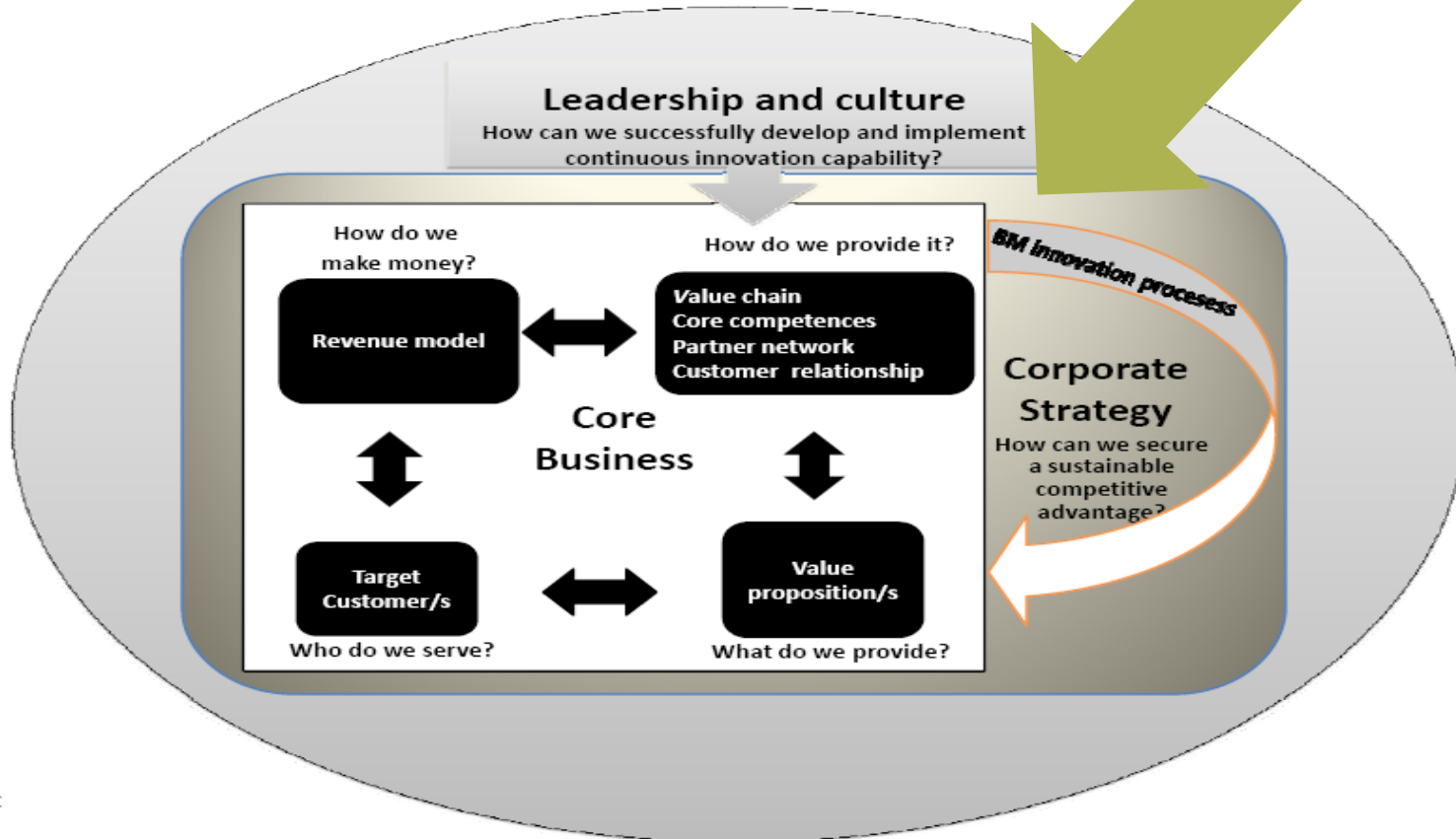
Overblik – Vækst træf 3 - Norge?

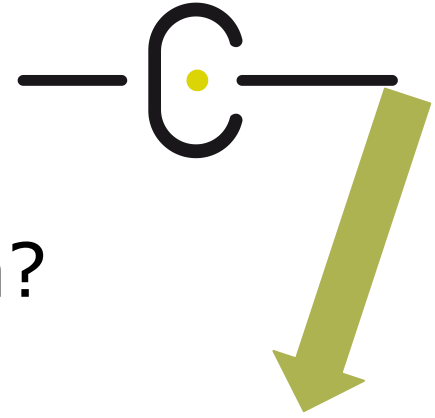
- Overblik
- - hvor er vi på vej hen?
- - hvad skal vi arbejde med de næste 2 dage
- - workshopindhold og workshop regler
- - gruppe dannelse (3)



Overblik – hvor er vi på vej hen?

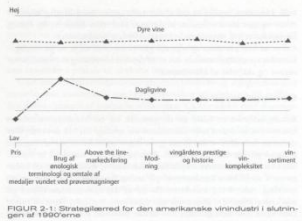
- Model



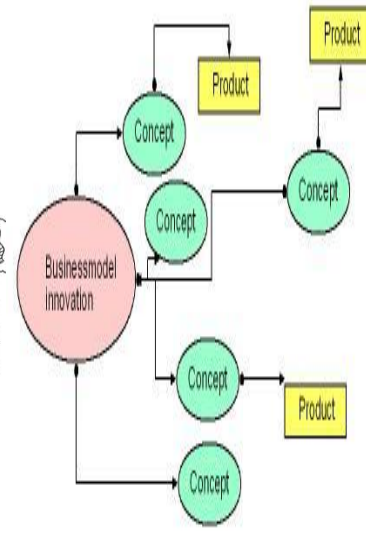
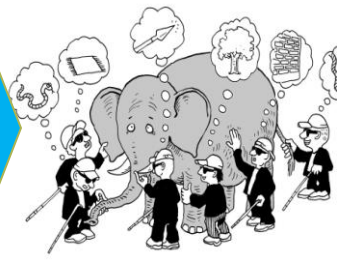
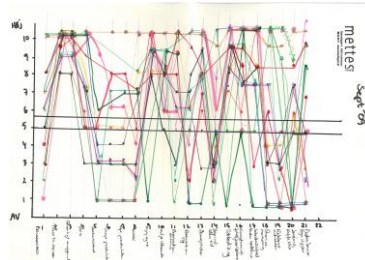
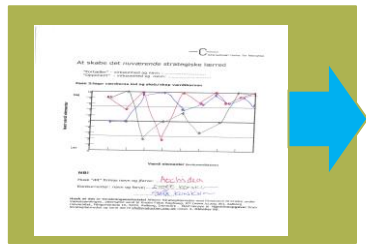


Overblik – hvor er vi på vej hen?

- Model – "en innovations- og vækst rejse"



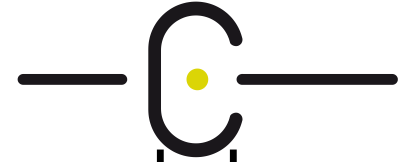
FIGUR 2-1: Strategier for den amerikanske vinindustri i slutningen af 1980'erne



Trin 1: Forretningsmodel	Trin 2: Den netværksbaserede forretningsmodel (eller) modelen
Verdiproprietær	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
MS, netværk og kunder	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Distributivstruktur	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Forhold	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Finansielle forretningsmodeller	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Forretningsmodel	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Organisationsstruktur	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Indtægtsmodel	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen

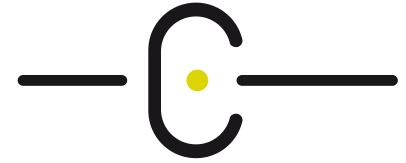
Trin 3: Den netværksbaserede forretningsmodel (eller) modelen	Trin 4: Den netværksbaserede forretningsmodel (eller) modelen
Produkt (eller) tjeneste	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Forretningsmodel	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Strukturer	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Forhold	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Finansielle forretningsmodeller	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Forretningsmodel	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Organisationsstruktur	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen
Indtægtsmodel	Udvikling af netværksbaserede forretningsmodeller (eller) modelen





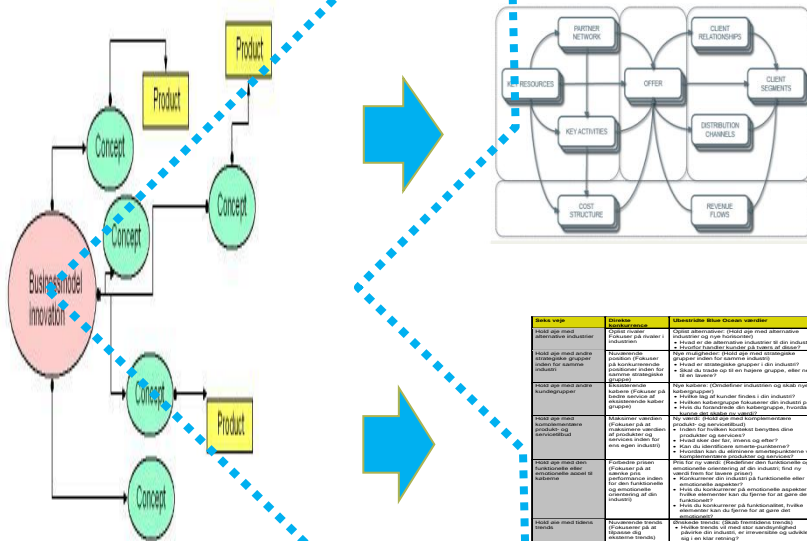
Overblik – hvad skal vi arbejde med de næste 2 dage?

- Model
- Business modellen – intern perspektiv – BM perspektiv
- Seks veje – eksternt, alternative markedsmuligheder, "Blue Ocean perspektiv", "difference perspektiv", "strange connection", "Dream", "towards a new BM "Vision", "Reinventing the Business model"
- Ideer, vækstmuligheder, ideer til innovations muligheder



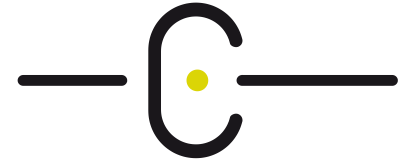
Overblik – hvor er vi på vej hen?

- Første del af modellen – innovation af din forretningsmodel



Hvad er det?	Hvad er det?	Hvad er det?
<p>Value proposition Hvilken værdi leverer du til dine kunder? Hvilken værdi leverer du til dine kunder? Hvilken værdi leverer du til dine kunder?</p>	<p>Channels Hvordan kommer dine produkter og tjenester til dine kunder? Hvordan kommer dine produkter og tjenester til dine kunder? Hvordan kommer dine produkter og tjenester til dine kunder?</p>	<p>Customer Relationships Hvordan vil du bygge og vedligeholde relationer til dine kunder? Hvordan vil du bygge og vedligeholde relationer til dine kunder? Hvordan vil du bygge og vedligeholde relationer til dine kunder?</p>
<p>Customer Segments Hvilke grupper af kunder vil du tjene? Hvilke grupper af kunder vil du tjene? Hvilke grupper af kunder vil du tjene?</p>	<p>Key Activities Hvilke aktiviteter skal du udføre for at skabe værdi? Hvilke aktiviteter skal du udføre for at skabe værdi? Hvilke aktiviteter skal du udføre for at skabe værdi?</p>	<p>Key Relationships Hvilke typer relationer er vigtige for din virksomhed? Hvilke typer relationer er vigtige for din virksomhed? Hvilke typer relationer er vigtige for din virksomhed?</p>
<p>Cost Structure Hvilke omkostninger skal du bære for at skabe værdi? Hvilke omkostninger skal du bære for at skabe værdi? Hvilke omkostninger skal du bære for at skabe værdi?</p>	<p>Key Channels Hvilke kanaler vil du bruge til at sælge dine produkter og tjenester? Hvilke kanaler vil du bruge til at sælge dine produkter og tjenester? Hvilke kanaler vil du bruge til at sælge dine produkter og tjenester?</p>	<p>Revenue Streams Hvordan vil du tjene penge? Hvordan vil du tjene penge? Hvordan vil du tjene penge?</p>

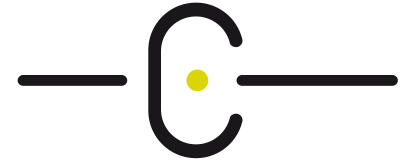




Overblik – hvor er vi på vej hen?

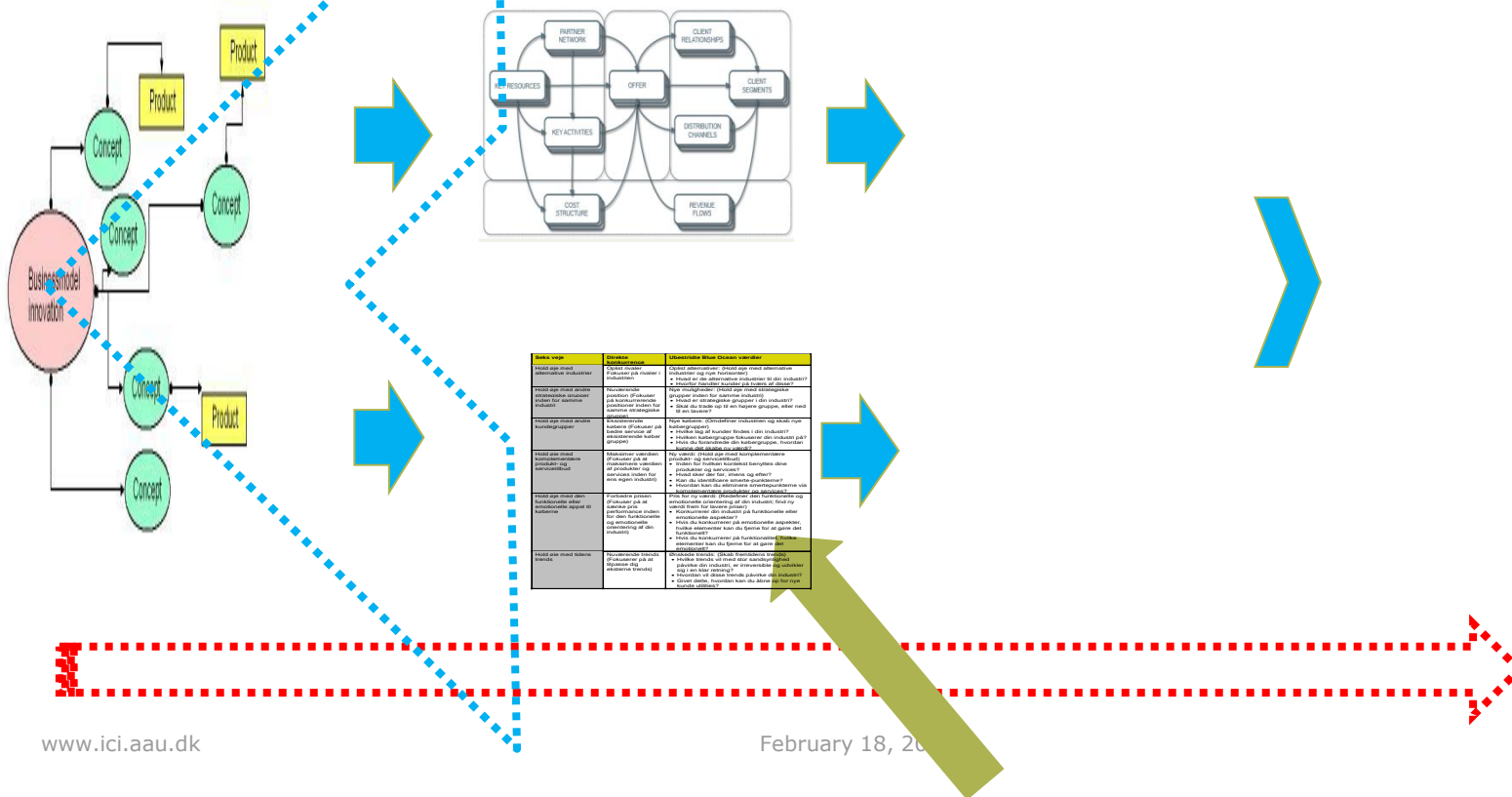
- Første del af modellen – innovation af din forretningsmodel

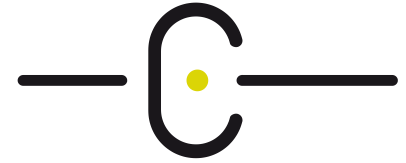




Overblik – hvor er vi på vej hen?

- Anden del – en anden model – "de seks veje"



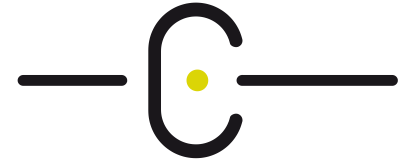


Overblik – hvor er vi på vej hen?

- Anden del af modellen – de seks veje (markedsmuligheder)

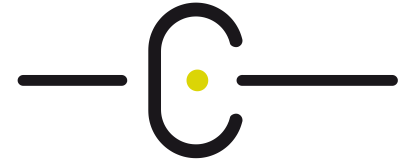
Seks veje	Direkte konkurrence	Ubestridte Blue Ocean værdier
Hold øje med alternative industrier	Oplist rivaler Fokuser på rivaler i industrien	Oplist alternativer: (Hold øje med alternative industrier og nye horisonter) • Hvad er de alternative industrier til din industri? • Hvorfor handler kunder på tværs af disse?
Hold øje med andre strategiske grupper inden for samme industri	Nuværende position (Fokuser på konkurrerende positioner inden for samme strategiske gruppe)	Nye muligheder: (Hold øje med strategiske grupper inden for samme industri) • Hvad er strategiske grupper i din industri? • Skal du trade op til en højere gruppe, eller ned til en lavere?
Hold øje med andre kunde grupper	Eksisterende købere (Fokuser på bedre service af eksisterende køber gruppe)	Nye købere: (Omdefinier industrien og skab nye købergrupper) • Hvilke lag af kunder findes i din industri? • Hvilken købergruppe fokuserer din industri på? • Hvis du forandrede din købergruppe, hvordan kunne det skabe ny værdi?
Hold øje med komplementære produkt- og servicetilbud	Maksimer værdien (Fokuser på at maksimere værdien af produkter og services inden for ens egen industri)	Ny værdi: (Hold øje med komplementære produkt- og servicetilbud) • Inden for hvilken kontekst benyttes dine produkter og services? • Hvad sker der før, imens og efter? • Kan du identificere smerte-punkterne? • Hvordan kan du eliminere smertepunkterne via komplementære produkter og services?
Hold øje med den funktionelle eller emotionelle appel til køberne	Forbedr prisen (Fokuser på at sænke pris performance inden for den funktionelle og emotionelle orientering af din industri)	Pris for ny værdi: (Redefiner den funktionelle og emotionelle orientering af din industri; find ny værdi frem for lavere priser) • Konkurrerer din industri på funktionelle eller emotionelle aspekter? • Hvis du konkurrerer på emotionelle aspekter, hvilke elementer kan du fjerne for at gøre det funktionelt? • Hvis du konkurrerer på funktionalitet, hvilke elementer kan du fjerne for at gøre det emotionelt?
Hold øje med tidens trends	Nuværende trends (Fokuserer på at tilpasse dig eksisterende trends)	Ønskede trends: (Skab fremtidens trends) • Hvilke trends vil med stor sandsynlighed påvirke din industri, er irreversible og udvikler sig i en klar retning? • Hvordan vil disse trends påvirke din industri? • Givet dette, hvordan kan du åbne op for nye kunde utilities?





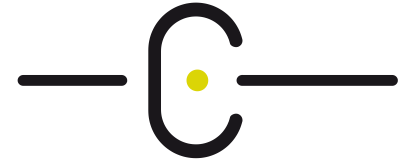
Program

- Hjemme opgave til næste gang – arbejde mod Vækst træf 4 – Danmark
- Opgave 1.:
- Alle der ikke har sendt os a) Strategi lærred og BM fra sidste opgave!
- Send os materialet nu!
- - senest 1. marts



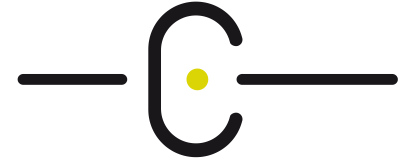
Program

- Hjemme opgave til næste gang – arbejde mod Vækst træf 4 – Danmark
- Opgave 2.:
- Udfylde BM – skriv hvad der står på "papier - lapperne", med angivelse af
 - - "bygge blokken" – husk bygge blok navn
 - - farve,
 - - major – minor eller stor – lille (s eller L)
 - - teksten på "papier – lappen"
 - - senest 1. marts



Program

- Hjemme opgave til næste gang – arbejde mod Vækst træf 4 – Danmark
- Opgave 3.:
- Udfylde "de seks veje"
- - "scan den ind" og send den til KFS@production.aau.dk -
- - senest 1. april



Enough theory!!!

“Let’s get going”