

# Agile Geschäftsmodellinnovation



## UNDENORIENTIERTE PRODUKTE UND GESCHÄFTSMODELLE MIT LEAN STARTUP – GESCHÄFTSMODELLINNOVATION

Ein immer komplexeres und dynamischeres Spielfeld eröffnet Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen neue Chancen – und bringt auch neue Risiken mit sich: Die Chance, inspirierendem Kundennutzen von Grund auf neu zu denken, sauber zu konzipieren, in die Tat umzusetzen mit alten und neuen Kunden neue Umsätze zu generieren. Das Risiko, bei bisherigen Kunden den „Anschluss“ zu verlieren, weil sich neue Wettbewerber mit attraktiveren Geschäftsmodellen und mit deutlich größerem Nutzen für ihre Kunden auf das Spielfeld begeben. Deshalb fokussieren wir uns weniger auf Produkte und deren technische Vorzüge, sondern darauf, wie Sie für Ihre Kunden echten Nutzen und wahrgenommenen Wert schaffen. Wir beschäftigen uns mit den Aufgaben der Kunden, also mit dem, was die Kunden „erledigt haben wollen“. Warum? Weil Lösungen – ob technisch oder organisatorisch, ob per App oder Dienstleistung, ob von Personen oder Drohnen geliefert, ob aus der Cloud oder vom Laptop – kommen und gehen. Aufgaben der Kunden blieben gleich, und dafür wollen wir Antworten geben. Das ist die Basis für echte Geschäftsmodellinnovation.

## INHALTE IM SEMINAR GESCHÄFTSMODELLINNOVATION MIT LEAN STARTUP

### Lean Startup und Business Model Canvas

- Lean Startup – ein agiler Ansatz zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle
- Der Ansatz von Customer-Jobs-to-be-Done über Business Model Canvas und warum Ihnen das künftig nützen wird
- Fallstudie aus der Praxis: Geschäftsmodellinnovation
- Arbeit mit dem Business Model Canvas und der Lean Startup Methode als Basis für die folgenden Schritte

### Erfolgreich ‚vom Kunden aus‘ denken und arbeiten

- Die Elemente des Customer Value Canvas‘ anhand realer Beispiele
- Innovation vom Kunden aus gedacht: Fallstudien-Arbeit mit dem Customer Jobs und Business Model Canvas
- Mit LEGO SERIOUS PLAY® Kundennutzen mit den Händen denken

### Zoom ins Geschäftsmodell

- Eine zweiseitige Lösung für ein zweiseitiges Problem
- Identifizieren und beschreiben der wichtigsten Kundensegmente
- Jobs-to-be-Done und Persona – den Kunden verstehen lernen

## **IHR NUTZEN AUS DEM SEMINAR „GESCHÄFTSMODELLINNOVATION MIT LEAN STARTUP“**

In interaktiven Übungen, Workshops, Impulsvorträgen und Diskussionen...

- lernen Sie, wie man Geschäftsmodellinnovation anhand von Lean Startup und Business Model Canvas entwickelt
- nutzen Sie erste Skizzen eines Geschäftsmodells als Grundlage, um relevante Kundensegmente zu identifizieren und daraus echten Nutzen – abseits von functions & features – für diese abzuleiten.
- finden Sie mit dem Customer Jobs und Business Model Canvas eine einheitliche Sprache, mit der Sie künftig im Team Kundennutzen skizzieren und testen können
- lernen Sie reale Beispiele inspirierenden Kundennutzens kennen und schaffen einen schnellen Transfer zu Ihren Ideen und Themen
- schaffen Sie Prototypen davon, was Wert für Kunden bedeutet, und lassen Ideen für Produkte und Dienstleistungen Realität werden

## **QUALITÄTSVERSPRECHEN FÜR IHRE WEITERBILDUNG**

- Anerkennung durch Zertifikat der Hochschule Fresenius
- Kompetente Trainer mit viel Erfahrung in der Beratungspraxis
- Hohe Aktualität und Praxisrelevanz der Inhalte
- Kleine Gruppen und moderne Lehrmethoden
- Hohe Qualitätsorientierung durch kontinuierliche Evaluation und Feedback
- Hohe Kundenzufriedenheit: Durch mehr als 1000 zufriedene Seminarteilnehmer getestet

## **UNSER GASTGESCHENK:**

Alle Teilnehmer erhalten das aktuelle Buch „Von der Industrie 4.0 zum Geschäftsmodell 4.0“ von Dr. Reinhard Ematinger.

## **ZIELGRUPPE:**

Das Seminar richtet sich an Leiter und Fachverantwortliche der Bereiche Business Development, Market Development, New Business, Strategie, Strategische Unternehmensplanung, Unternehmensentwicklung, Geschäftsfeldentwicklung, Strategisches Marketing, Vertriebsplanung, Strategischer Vertrieb, International Business, Export, Produktentwicklung und Produktmanagement, F&E und Innovationsmanagement. Aufgrund der strategischen Bedeutung von BDM werden auch Geschäftsführer und Vorstände angesprochen.

## **METHODIK & DIDAKTIK:**

Die Inhalte werden durch kurzweilige Trainerimpulse, moderierte Erfahrungsaustausche sowie vielen Workshops mit konkreter Anwendung an Fallbeispielen vermittelt.

## **TRAINER**

### **Dr. Andreas Kohne**

Als anerkannter Experte im Bereich Business Development kombiniert Andreas Kohne 15 Jahre Praxiserfahrung in den Bereichen Beratung, Vertrieb und Management mit relevantem Wissen aus der Theorie zu einem ganzheitlichen Erlebnis, das begeistert, informiert und motiviert. Der promovierte Informatiker sammelte bisher

nicht nur Erfahrungen in unterschiedlichsten Branchen der Privatindustrie, sondern gewann auch tiefe Einblicke in die Welt der öffentlichen Auftraggeber.

Als Experte für Innovation, Transformation und Kommunikation veröffentlicht Andreas Kohne seit vielen Jahren relevantes Fachwissen auf prägnante und verständliche Art und Weise. Seine Publikationen gehören international zur Standardlektüre in Wirtschaft und Wissenschaft und erscheinen in deutscher und englischer Sprache.

**Beginn:**

Montag, 2. Dezember 2024, 09:00 Uhr

**Ende:**

Montag, 2. Dezember 2024, 17:00 Uhr

**Veranstaltungsort:**

Heidelberg  
Deutschland

**Website & Anmeldung:**

Email [zagrodnik@wbildung.de](mailto:zagrodnik@wbildung.de)

<https://wbildung.de/seminare/business-development-management/customer-value-design/>