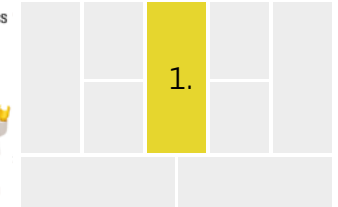




Værktøj: Værdiskabelse 1/2

Resultat: Du forstår vigtigheden af værdi – det hjælper virksomheder med at opnå konkurrencefordele.

BUSINESS
MODEL
CANVAS



Brand/Image (dvs. den oplevelse som kunderne har af en bestemt mærkebares egenskaber)
Skaber følelsesmæssige associationer og lover funktionalitet og kvalitet. Brands former kundernes forventninger positivt.

Pålidelighed

Opfylder kundernes forventninger i den angivne tid. Produkt eller service tilbyder de aspekter, det er beregnet til at tilbyde.

Tilgængelighed / Brugervenlighed
Sikrer, at kunder er i stand til at få adgang til og bruge produkterne eller serviceydelser uanset deres placering, baggrund eller livssituation.

Komfort / Sikkerhed

Forbedrer kundernes velvære eller følelse af komfort og sikkerhed.



Tip: Du kan finde emner relateret til kundeforståelse på den næste side. At skabe værdi for kunderne er afgørende i forretningsaktiviteter.

Værktøj 3: Kundeforståelse

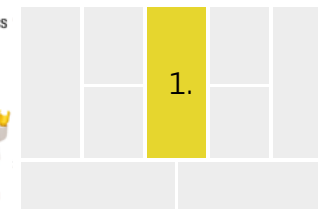
Værktøj
Start

Table of
Contents





Værktøj: Værdiskabelse 2/2



Komme i mål med arbejdet
Værdi skabes gennem forståelse af kundernes behov. Hvad tilbyder du kunderne? Hvad kan du tilbyde i fremtiden?

Præstation

Hvordan præsterer produktet eller serviceydelsen i det lange løb? Fungerer det som lovet? Hvordan kunne præstationen forbedres?

Risikoreduktion

Risikostyring sikrer, at risici og udfordringer håndteres i overensstemmelse med ledelsens handlinger og driften af virksomheden.

Pris

Værdien af et produkt eller en service skal tage højde for kvaliteten og den samlede pris, som kunden betaler. Driften skal være omkostnings-effektiv i forhold til design, produktion, markedsføring og salg.



Tip: Hvordan kan du kommunikere værdi til kunderne?

Værktøj 3: Kundeforståelse

Værktøj
Start

Table of
Contents

