

MOBILE DEVICES

Die App als Geschäftsmodell nutzen

Mit einer App können Unternehmen zusätzlichen Umsatz generieren. Voraussetzung ist eine durchdachte Integrationsstrategie. Dafür müssen Entwickler die Kundenbedürfnisse kennen.

→ Ein Geschäftsmodell sollte zunächst definieren, welchen Nutzen es für Kunden hat oder welches Problem es löst. Dies gilt auch für Apps. Deshalb ist es erforderlich, die wichtigsten Kundensegmente für die App sowie Kundenwünsche und -besonderheiten zu kennen. Mit diesem Wissen lässt sich festlegen, über welche Kanäle und Touchpoints das Unternehmen mit Kunden kommuniziert und wie es die Beziehung zu ihnen aufbauen und pflegen kann.

Entwicklungsaufwand ermitteln

Der zweite wichtige Aspekt eines Geschäftsmodells ist die Leistungserbringung. Das App-Team sollte klären, welche Aktivitäten, personellen und finanziellen Ressourcen erforderlich sind, um die App zu entwickeln, instand zu halten, zu vermarkten und zu vertreiben. Er sollte auch prüfen, welche externen Lieferanten bei der Entwicklung Schlüsselaktivitäten übernehmen oder Ressourcen bereitstellen können. Viele Entwickler unterschätzen etwa die gesetzlichen Bestimmungen für das Impressum und die Nutzungsbedingungen, die je nach Vertriebsland stark variieren können.

Preis festlegen

Die finanziellen Aspekte sind die dritte Säule eines Geschäftsmodells. Der Entwickler muss eruieren, welche Quellen zu Einnahmen und Ausgaben beitragen und wie viel der Kunde für den Mehrwert bezahlt, den die App bietet. Sechs Preismuster erscheinen im Hinblick auf Industrie 4.0 und mobile Einsatzszenarien derzeit erfolversprechend:

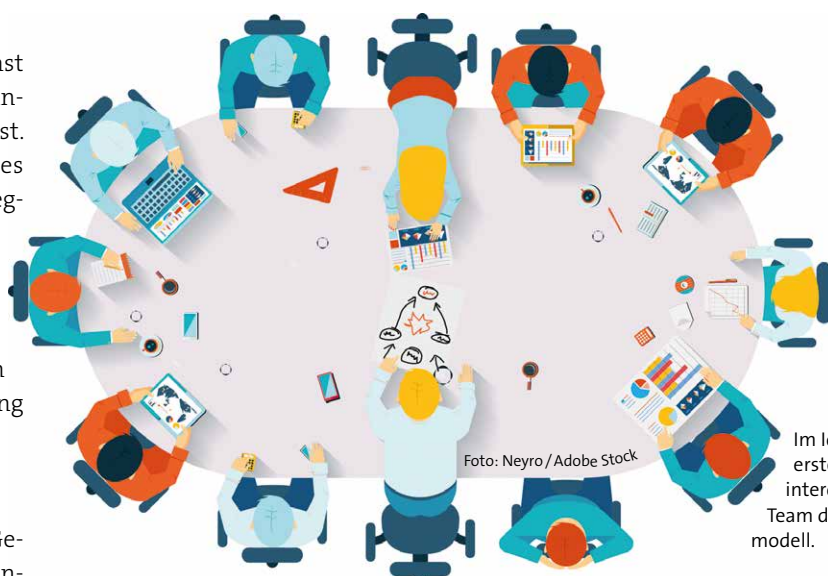


Foto: Neyro / Adobe Stock

Im Idealfall erstellt ein interdisziplinäres Team das Geschäftsmodell.

„App-Entwickler sollten in erster Linie den Kundennutzen im Auge haben.“

Franz Koller
User Interface Design

→ Freemium ist als Basisprodukt gratis. Vollprodukt und Erweiterungen sind kostenpflichtig.

→ Cross Selling dient dazu, neben dem Hauptprodukt des Kunden noch weitere Produkte zu verkaufen.

→ Mit Leverage Customer Data erzielt der Anbieter Erträge, indem er Kundendaten nutzt.

→ Bei Pay per Use bezahlt der Kunde nur die Leistung, die er nutzt.

→ Ein Add-on erweitert die bestehende Hard- oder Software.

→ Experience Selling emotionalisiert Produkte.

Das Business Model Canvas schafft die Basis für ein tragfähiges Geschäftsmodell. Allerdings garantiert es noch nicht die reibungslose Umsetzung. Um Überraschungen zu vermeiden, lohnt es sich, auf andere Methoden aus dem Service Design wie den Service Blueprint zurück-

zugreifen. Er identifiziert alle Berührungspunkte des Kunden mit dem Service und vermittelt einen Überblick über beteiligte Akteure, Interaktionen und eingesetzte Ressourcen in einem Servicesystem, macht Dienstleistungsprozesse transparenter und Schwachstellen und Reibungsverluste sichtbar. ■

AUTOR

Franz Koller

Managing Director bei der User Interface Design GmbH in Ludwigsburg

KONTAKT

Prof. Claus Oetter

VDMA Software und Digitalisierung
Telefon +49 69 6603-1667
claus.oetter@vdma.org

INFO

Der VDMA-Arbeitskreis „Mobiles, Apps & Co.“ hat ein Business Model Canvas für die App-Entwicklung in der Industrie erstellt. Mitglieder können die Checkliste beziehen bei vanessa.neumann@vdma.org.

LINK

swvdma.org