Der Nutzen-Kompass im I40-Nebel

Workshop-Sequenz zum tieferen Verständnis der Anwendung „Nutzen-Kompass“:

Die Workshop-Sequenz besteht - maximal - aus drei Teilen.

1. Freie intuitive Verwendung des Nutzen-Kompass in einer smarten Customerization
2. Vergleich der Verwendung des Nutzen-Kompass zum vorgefertigten T@cker-Beispiel
   (Hand-Out)
3. Ermittlung des WERTpreis der neu erschlossenen Nutzen.

In der Workshop-Sequenz sollen die Teilnehmer zunächst den Nutzen-Kompass praktisch verwenden; dieses am Beispiel einer Customerization eines smarten T@ckers.

Die Leitfrage lautet: "Mit welchen Fähigkeiten (technische Merkmale) müssen wir den T@cker ausstatten, sodass er unseren Kunden maximalen Nutzen stiftet?".

Von daher verwenden wir den Nutzen-Kompass, um die Nutzen zu ermitteln, welche uns die möglichen Leistungen geben. Für die Bearbeitung der Customerization unseres T@ckers, beziehungsweise die Verwendung des Nutzen-Kompass, beantworten wir folgende fünf Fragen und ziehen anschließend das Fazit:

1. Welche Fähigkeiten sind dem Produkt (T@cker) technisch möglich?
2. Welche Bedürfnisse/Aufgaben haben unsere Kunden?
3. Welche Leistungen erbringen diese Fähigkeiten?
4. Zu welchen Nutzentypen zählen diese Bedürfnisse/Aufgaben?
5. Zu welchen Nutzentypen zählen diese Leistungen?
6. Fazit.

Zu 1.: Welche Fähigkeiten (techn. Merkmale) sind dem T@cker technisch möglich?

- In Anlehnung an M. E. Porters Smartheitsgrade entwerfen wir folgende Fähigkeiten:
  F1. Automatisches @-Nachbestellen F2. @-Druckanpassung
  F3. @-Beleuchtungsanpassung (LED) F4. @-Formatanpassung
  F5. @-Klammernabfrage F6. @-Federzustands-Anzeige.

Zu 2.: Welche Bedürfnisse/Aufgaben haben unsere Kunden?

- Unter Annahme erheben wir folgende Bedürfnisse/Aufgaben:
  B1. Heften von Blättern

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Lars Zimmermann · Coaching, Consulting und Training mit System · Osterlinderstraße 11 · 38228 Salzgitter · www.kommunikationsoptimierer.de

B2. Zuverlässiger Betrieb.
B3. Ordnung am Arbeitsplatz

Zu 3.: Welche Leistungen erbringen diese Fähigkeiten?

- Aus der Erfüllung der Bedürfnisse/Aufgaben durch die Fähigkeiten F1-6 gehen folgende Leistungen hervor:

L1'F1:B2. Ständige Verfügbarkeit
L2'F2:B2. Hohe Standzeit
L3'F3:B1. CI-Design
L4'F4:B1. Bedienkomfort
L5'F5:B3. Planungssicherheit
L6'F6:B3. Predictive Maintenance.

Zu 4.: Zu welchen Nutzentypen zählen diese Bedürfnisse/Aufgaben?

(Für die Beantwortung dieser Frage müssen wir Zuordnungen vornehemen. Weil wir dabei nicht direkt auf die Definitionen der Nutzentypen zurückgreifen können, soll uns folgendes Muster eine kleine Hilfestellung geben:

4.1. Hängt das Bedürfnis/Aufgabe X mit dem vernetzten Betrieb zusammen, so ist es dem Nutzentyp Anwendung zuzuordnen.
4.2. Hängt das Bedürfnis/Aufgabe X mit der unterstützenden Anwendung zusammen, so ist es dem Nutzentyp Mitarbeit zuzuordnen.
4.3. Hängt das Bedürfnis/Aufgabe X mit dem Beheben von Komplikationen zusammen, so ist es dem Nutzentyp Service zuzuordnen.
4.4. Hängt das Bedürfnis/Aufgabe X mit dem Geben kreativer Impulse zusammen, so ist es dem Nutzentyp Erlebnis zuzuordnen.
(Mehrfache Zuordnungen sind möglich.)

- Die Zuordnungen ermitteln folgende Nutzentypen:

N1'B1. Anwendung
N2'B2. Mitarbeit
N3'B3. Erlebnis

Zu 5.: Zu welchen Nutzentypen zählen diese Leistungen?

Wieder müssen wir für die Beantwortung dieser Frage Zuordnungen vornehemen. Weil wir dabei auch nicht direkt auf die Definizionen der Nutzentypen zurückgreifen können, soll uns nun dieses Muster eine kleine Hilfestellung geben:

5.1. Hängt die Leistung X mit dem vernetzten Betrieb zusammen, so ist sie dem Nutzentyp Anwendung zuzuordnen.
5.2. Hängt die Leistung X mit der unterstützenden Anwendung zusammen, so ist sie dem Nutzentyp Mitarbeit zuzuordnen.
5.3. Hängt die Leistung X mit dem Beheben von Komplikazionen zusammen, so ist sie dem Nutzentyp Service zuzuordnen.

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Lars Zimmermann · Coaching, Consulting und Training mit System · Osterlinderstraße 11 · 38228 Salzgitter · www.kommunikationsoptimierer.de

5.4. Hängt die Leistung X mit dem Geben kreativer Impulse zusammen, so ist sie dem Nutzentyp Erlebnis zuzuordnen.
! Mehrfache Zuordnungen sind möglich.

- Die Zuordnunngen ermitteln folgende Nutzentypen:

N4'L1. Anwendung
N5&N6'L2. Anwendung und Mitarbeit
N7&N8'L3. Anwendung und Erlebnis
N9&N10'L4. Anwendung und Mitarbeit
N11'L5. Anwendung und Service.
N12&N13&N14'L6. Anwendung, Mitarbeit

Fazit: Für das Ergebnis vom Nutzen-Kompass für die smarte Customerization unseres T@ckers heißt dieses:

(Für das Ziehen des Fazits dienen uns folgende Fragen anleitend:
+ Was verbessert die Wertschöpfung - Welche (bestehenden) Bedürfnisse/Aufgaben werden von welchen Fähigkeiten; mit welchen effektiven Nutzentypen erfüllt?
+ Was erschließt neue Werte - Anhand eines Vergleichs von 4. zu 5. liegen noch welche effektiven Nutzentypen ungehoben?
+ Welche smarten Fähigkeiten heben diese Nutzen, sodass unser customerized Produkt exzellente Kundennähe gewährleistet.

- Bezüglich der Wertschöpfung:
- Die Kundenbedürfnisse/-aufgaben 'Heften von Blättern' (B1), zuverlässiger Betrieb (B2) und 'Ordnung am Arbeitsplatz' (B3) werden von den entworfenen Fähigkeiten F1-6 erfüllt.
- Sie stiften Nutzen der effektiven Typen Anwendung (N1), Mitarbeit (N2) und Erlebnis (N3)
- Weil unser digitalisierte T@cker Mühe und Zeit spart, tragen N1, N2 und N3 zur erheblichen Steigerung der Wertschöpfung bei.
- Bezüglich der Werterschließung:
- Anhand des Vergleichs von 4. zu 5. erkennen wir, dass ein weiterer effektiver Nutzentyp für unsere Kunden neu erschließbar ist.
- Es handelt sich um N14: Service.
- Um unsere smarte Customerization exzellent auszuführen, gilt es, den T@cker mit der Fähigkeit der @-Federzustands-Anzeige (F6) auszustatten.

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Lars Zimmermann · Coaching, Consulting und Training mit System · Osterlinderstraße 11 · 38228 Salzgitter · www.kommunikationsoptimierer.de