



Business Model

Michal Andera



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Business Model

- popisuje způsob, jakým organizace vytváří, doručuje a zachycuje hodnotu.
- describes the rationale of how an organization creates, delivers, and captures value.

(Osterwalder, Pigneur, 2009)

**Je to koloběh hodnoty mezi firmou
(interní) a zákazníky (externí).**

Hledáme odpovědi

1. Jaké produkty nebo služby nabízíme?
2. Kdo jsou naši zákazníci? Jaké mají potřeby?
3. Jaká je naše konkurence (domácí i zahraniční) a jakou máme konkurenční výhodu (USP)?
4. Jak velký je trh? Jaký předpokládáme jeho vývoj?
5. Jak vyděláme a je to udržitelné?

Hledáme odpovědi

6. Jak se o nás zákazníci dozvědí?

7. Kdo jsou klíčoví dodavatelé a jak nastavíme spolupráci?

8. Jaký je náš tým a jaké jsou silné stránky jednotlivých členů?

9. Jaká vnímáme rizika a jak se s nimi vyrovnáme?

Business Plán
X
Business Canvas

Business Model Canvas

- Pomáhá diskutovat strukturu a strategie nových a existujících business modelů.
- Používají ho firmy jako GE a P&G k řízení strategie a hledání nových cest rozvoje.
- Startupy ho využívají při hledání ideálního business modelu.

Business Model Canvas

- Mapování
- Diskuze
- Inovace (brainstorming)

Při rozvoji příležitosti vede přemýšlení nad rámeč produktu.










The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

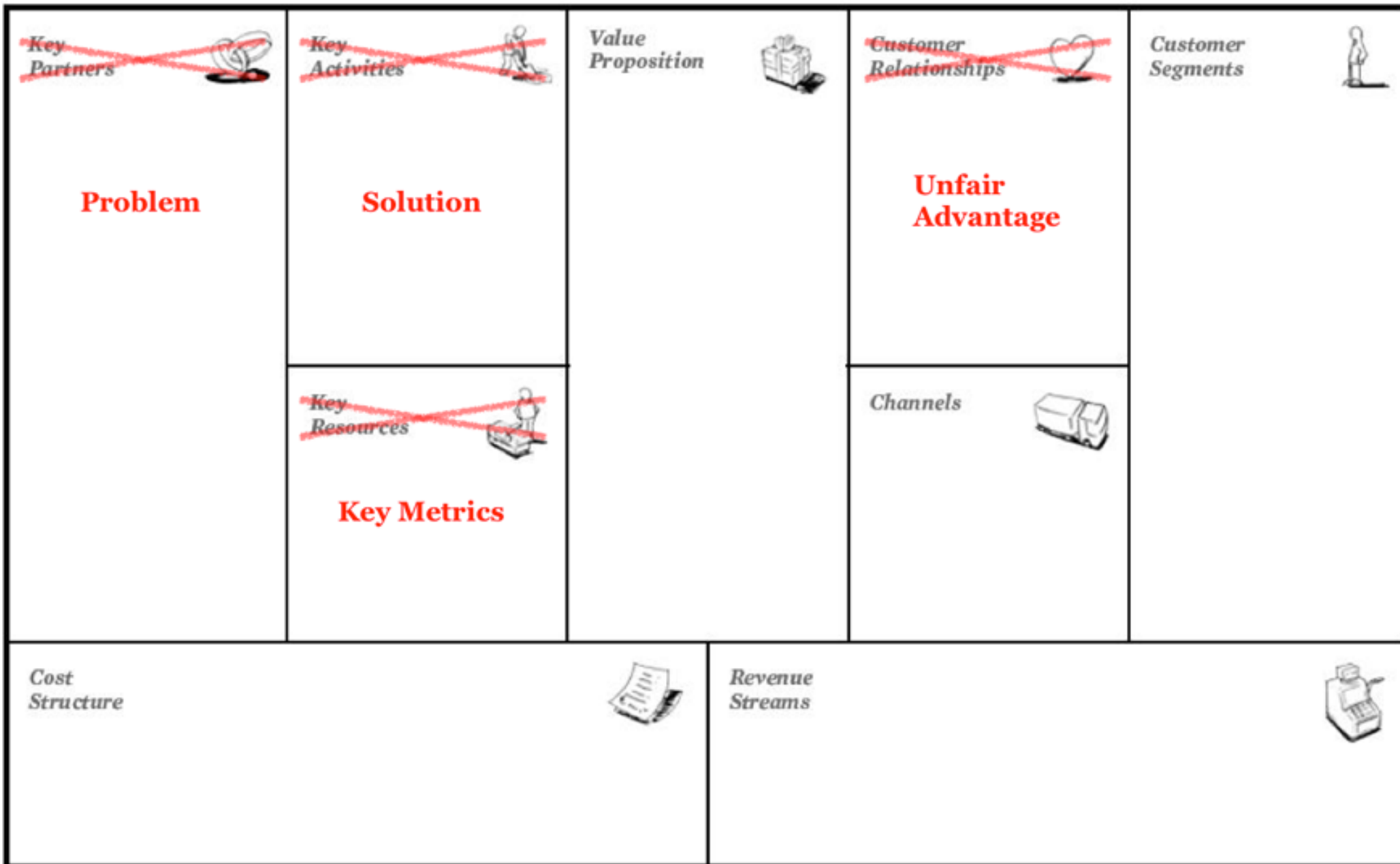
DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

 **Strategyzer**
strategyzer.com

Zdroj: Strategyzer.com

Lean Canvas

- Ash Maurya
- Running Lean



Zdroj: Maurya (2012)

1958

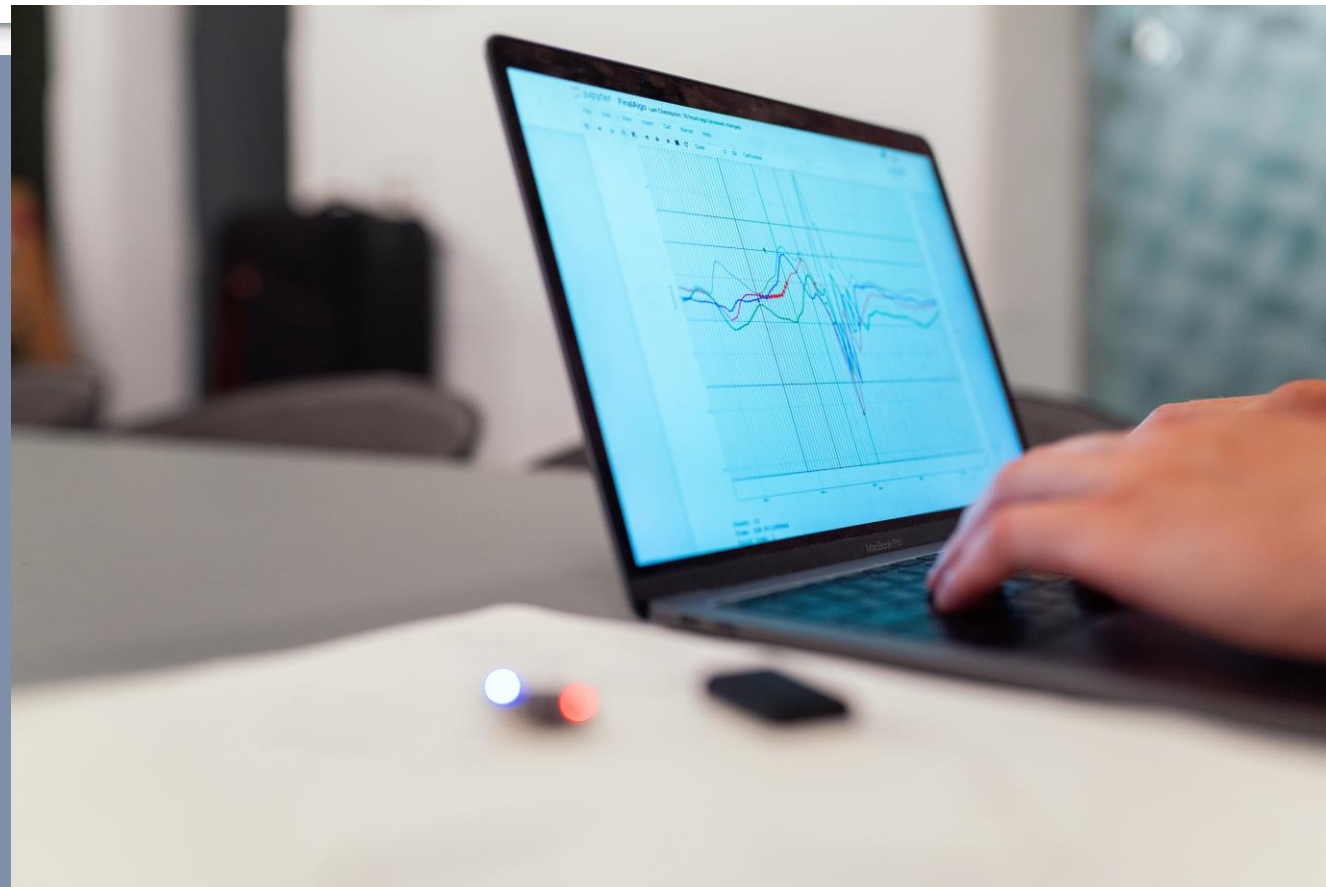
Chester Carlson

1997



Zdroj: Mitchell Luo on [Unsplash](#)

Software as a service

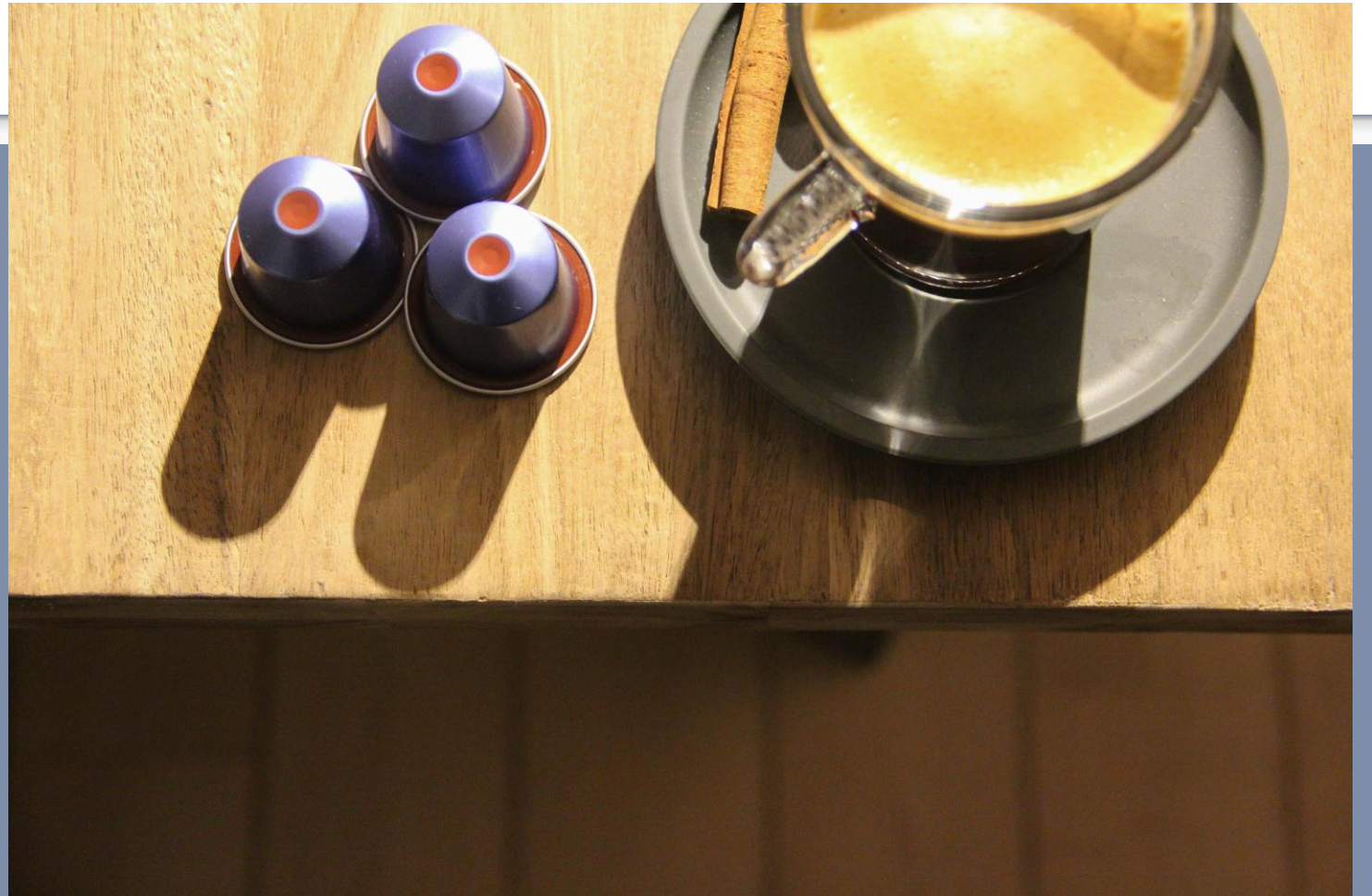


Zdroj: ThisisEngineering RAEng on [Unsplash](#)

Adobe

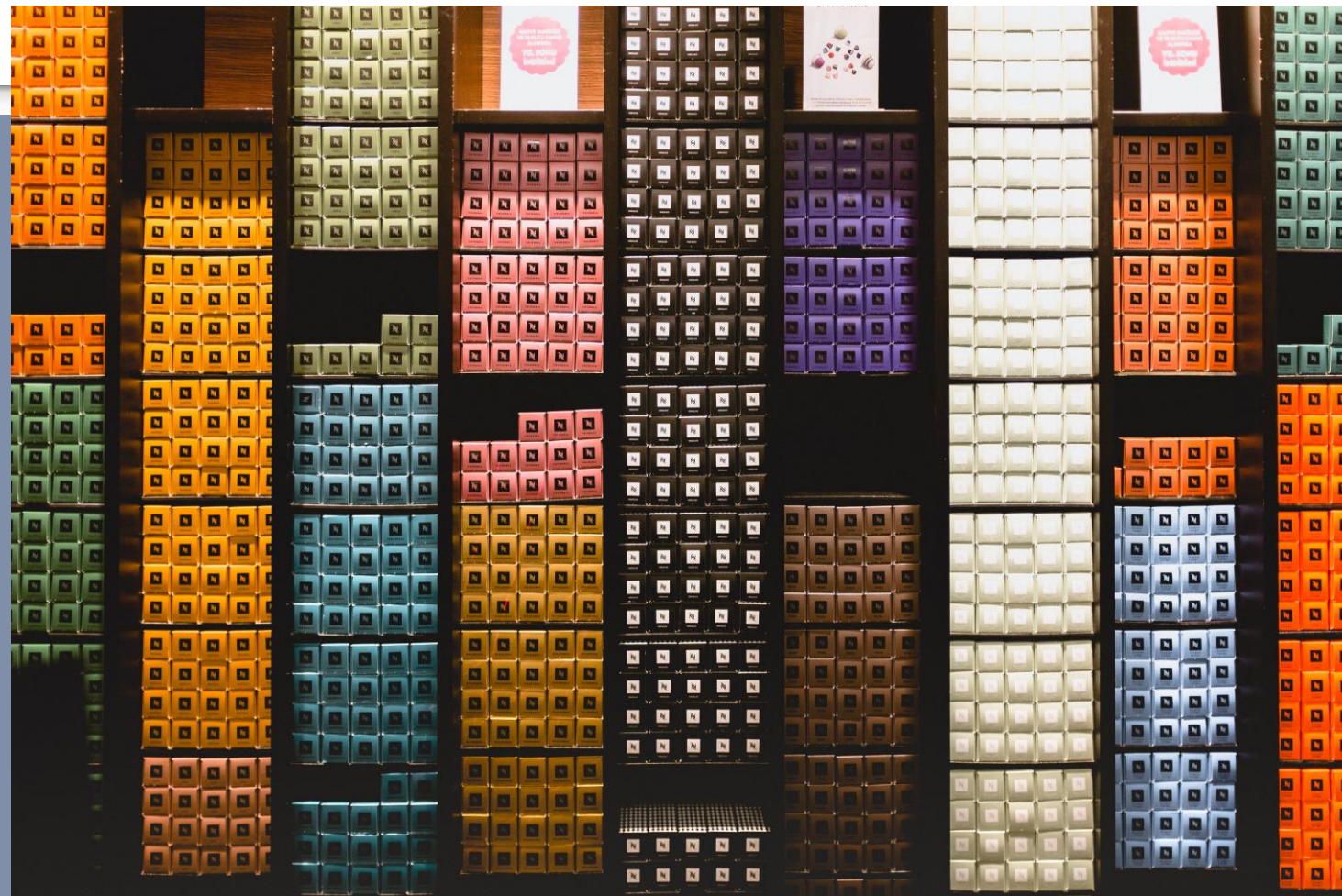
- 2012, Adobe Inc. launched a Software-as-a-Service (SaaS) subscription version of its key product line, Creative Suite.
- net income plummeted by almost 35% percent the following year.
- 2016 Adobe's stock price had nearly tripled from its value four years earlier.
- radical transformation from a product-based business model to a service-based.

Nespresso



Zdroj: Danise Jans on [Unsplash](#)

Nespresso



Zdroj: Efe Kurnaz on [Unsplash](#)

Airbnb

**Technologie umožňují inovace
business modelu**

New Business Models

iTunes → Apple Music

Amazon

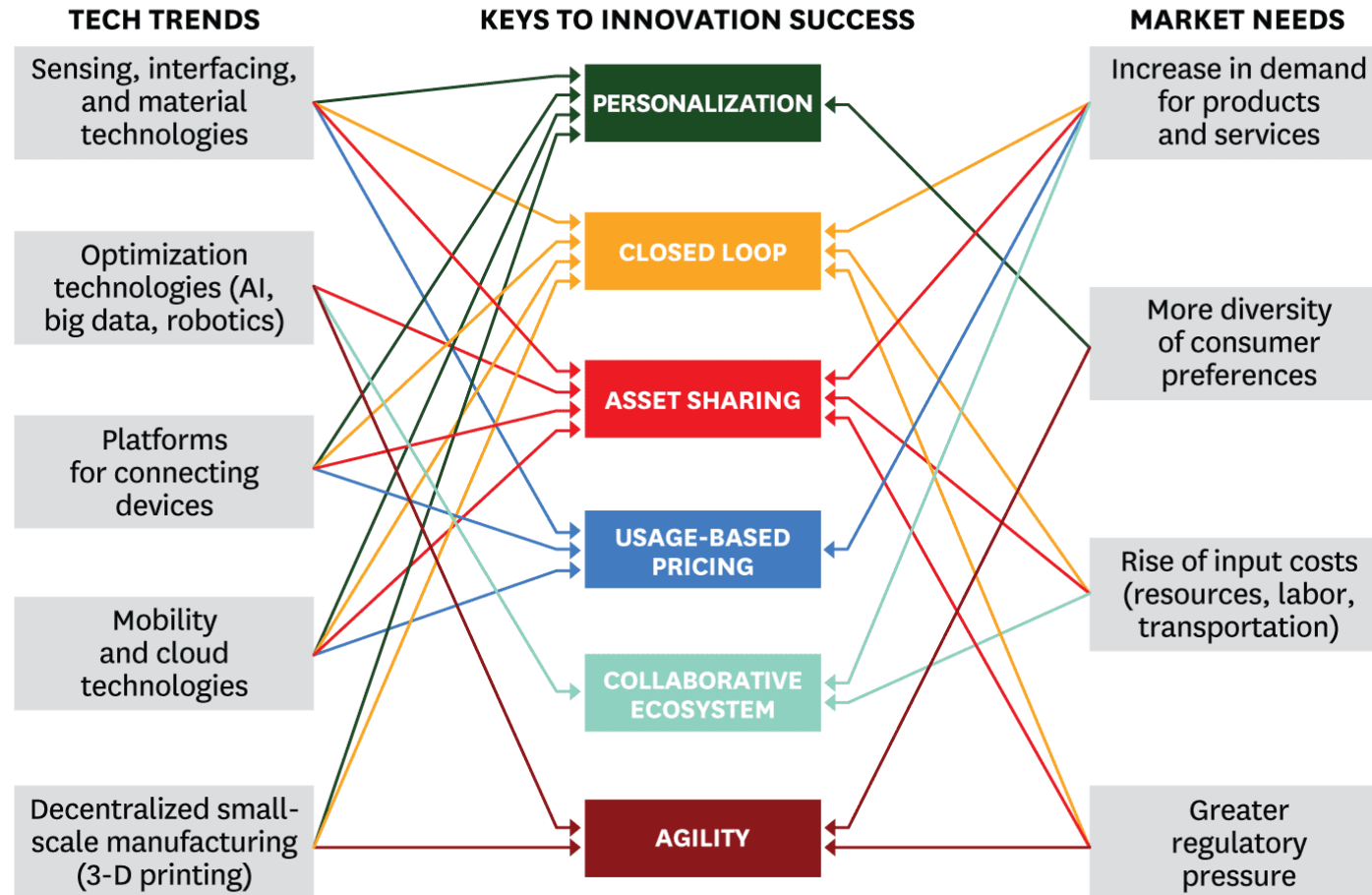
Innogy

Six Keys to successful Business Model

1. A more personalized product or service.
2. A closed-looped process.
3. Asset sharing.
4. Usage-based pricing.
5. A more collaborative ecosystem.
6. An agile and adaptive organization.

Linking Technology and the Market

The six features that characterize successful innovation all link a recognized technology trend and a recognized market need. Trends were identified by an analysis of regularly published industry reports from think tanks and consulting companies such as the McKinsey Global Institute, PwC, and the Economist Intelligence Unit.



SOURCE STELIOS KAVADIAS, KOSTAS LADAS, AND CHRISTOPH LOCH
FROM "THE TRANSFORMATIVE BUSINESS MODEL," OCTOBER 2016

© HBR.ORG

Zdroj: Kavadias et. al (2016)

Uber

IoT

THE INTERNET OF THINGS REQUIRES A MINDSET SHIFT

Because you'll create and capture value differently.

		TRADITIONAL PRODUCT MINDSET	INTERNET OF THINGS MINDSET
VALUE CREATION	Customer needs	Solve for existing needs and lifestyle in a reactive manner	Address real-time and emergent needs in a predictive manner
	Offering	Stand alone product that becomes obsolete over time	Product refreshes through over-the-air updates and has synergy value
	Role of data	Single point data is used for future product requirements	Information convergence creates the experience for current products and enables services
VALUE CAPTURE	Path to profit	Sell the next product or device	Enable recurring revenue
	Control points	Potentially includes commodity advantages, IP ownership, & brand	Adds personalization and context; network effects between products
	Capability development	Leverage core competencies, existing resources & processes	Understand how other ecosystem partners make money

SOURCE SMART DESIGN

HBR.ORG

Zdroj: Hui, G. (2014)

Zdroje

- Hui, G. (2014). How the Internet of Things Changes Business Models. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2014/07/how-the-internet-of-things-changes-business-models>
- Kavadias, S., Ladas, K., & Loch, C. (2016). The Transformative Business Model. *Harvard Business Review*, 90–98.
- Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works* (2nd ed). O'Reilly.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2009). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.

Otázky a komentáře

Fakulta podnikohospodářská

Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. Winstona Churchilla 4
130 67 Praha 3 – Žižkov

<https://fph.vse.cz/>



Michal Andera, Ph.D.
Katedra podnikání

michal.andra@vse.cz





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

