

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith
Value Proposition Design

Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen
Die Fortsetzung des Bestsellers Business Model Generation!

Aus dem Englischen von T. A. Wegberg

2015, kart., 316 Seiten, mit Illustrationen von Trish Papadacos

D 34,99 € / A 36,00 € / CH 45,90 Fr.; ISBN 978-3-593-50331-8

Erscheinungstermin / Sperrfrist: 9. Februar 2015

Wie entwickelt man echte Must-haves? Das zeigt Alexander Osterwalder mit seinem bewährten Canvas-Konzept, das er jetzt für die Produktentwicklung heranzieht.

Kundenorientierte Produktentwicklung – das klingt selbstverständlich, ist aber schwieriger als man denkt. Denn immer wieder werden Produkte auf den Markt geworfen, die keiner will. Immer noch scheitern viele gute Ideen, weil sie falsch umgesetzt wurden. Immer wieder kommt es vor, dass für die Produktentwicklung ungeeignete Prozesse und Werkzeuge Geld, Zeit und Energie verschwenden. Wie aber schafft man es, ein echtes Must-have zu entwickeln, also ein Produkt, bei dem Wertangebot und Kundenwunsch optimal zusammenpassen?

Alexander Osterwalder, Autor des Bestsellers „Business Model Generation“, stellt in seinem neuen Buch das Canvas-Konzept für die Produktentwicklung vor. Gemeinsam mit seinem Autorenteam präsentiert er mit der Value Proposition Canvas einen kundenzentrischen Ansatz. Dieser geht davon aus, dass Unternehmen vorrangig ihre Kunden in- und auswendig kennen müssen, bevor sie ein Produkt oder eine Dienstleistung zur Marktreife bringen. Für wen wird das Produkt gemacht? Wer sind die wichtigsten Kunden? Welcher Wert wird diesen Kunden aus ihrer Sicht vermittelt? Welche ihrer Probleme löst das Produkt? Welche Bedürfnisse werden erfüllt?

Praxisorientiert zeigt das Buch, wie aus der Idee ein Must-have wird. Dazu gehört zum Beispiel, frühzeitig mit einer Beta-Version bzw. einen Prototyp des Produkts aufzuwarten, das die Kunden testen können. Auf Basis dieser Testergebnisse durchläuft das Produkt innerhalb eines klar definierten Prozesses mehrere Prüfungen und Verbesserungen bis hin zur Marktreife. Wie schon sein Vorgänger „Business Model Generation“ ist auch „Value Proposition Design“ durchgängig mehrfarbig illustriert. Außerdem enthält das Buch einen Zugang zum Onlineservice mit Tools, Tests und Fallstudien sowie die Schnittstelle zur Business-Model-Generation-Community.

Die Autoren

Dr. **Alexander Osterwalder** ist Berater und Trainer für Geschäftsmodellinnovationen. Er ist häufig als Hauptreferent in führenden Organisationen und Universitäten in aller Welt zu Gast. Dr. **Yves Pigneur** ist Professor an der Universität Lausanne. Er leitete zahlreiche Forschungsprojekte in der Entwicklung von Informationssystemen, IT-Management, Innovation und E-Business. **Greg Bernarda** ist Denker, Kreativer und Moderator und unterstützt Einzelpersonen, Teams und Firmen bei Strategie und Innovation. **Alan Smith** ist Unternehmer mit Designerausbildung und hat in den Bereichen Film, Fernsehen, Druckmedien, Mobiltelefonie und Internet gearbeitet.

Kontakt: Heike Kronenberg, 069-976516-25, kronenberg@campus.de