



OMVERDENEN

*Til understøttelse af denne vejledning kan det tilhørende værktøj findes som skabelon og case på
Digitale-forretningsmodeller.dk*

Praktisk information

Afsæt 1-2 timer til beskrivelse, analyse og rangordning af trusler og muligheder.

Det vil være en stor fordel at lade forskellige nøglemedarbejdere deltage i denne analyse.

Der skal bruges et stort print af værktøjet Omverdenen, gerne i enten A2 eller A1. Desuden skal der bruges et antal penne og muligvis Post-Its alt afhængig af, om I vil skrive direkte på arket eller benytte Post-Its, som kan klistres på arket. Det anbefales stærkt at gennemføre analysen på papir fremfor på computer, da det er langt mere fleksibelt og gør det nemmere at holde fokus.

Vejledning trin-for-trin

1. Start med at beskrive markedsforholdene i form af kundesegmenter, kundeloyalitet, kundernes ønsker og behov, kundens magt samt de produkter og services, der tilbydes.
2. Herefter beskrives sociale, kulturelle og teknologiske forhold. Dette kan bl.a. være aldrende befolkning, øget fokus på klimaet, udbredt brug af sociale medier, ændringer i lovgivning, øget tilgængelighed til avanceret teknologi mm.
3. Derefter beskrives industriforhold i form af leverandører, konkurrenter, start-ups, forskellige interessenter samt produkter og services, som kan erstatte det, som I udbyder.
4. Endeligt beskrives de makroøkonomiske forhold, fx er der adgang til investorer, er markedet i opsving, på vej ned eller stagneret, og hvordan er sammenhængen i den økonomiske infrastruktur.
5. Efter beskrivelsen af markedsforhold, sociale-, kulturelle- og teknologiske forhold, industriforhold og de makroøkonomiske forhold diskuteres de enkelte input.
6. Efter diskussionen rangordnes og udvælges relevante muligheder og trusler for virksomheden. For at gøre det fokuseret, anbefales det at vælge de tre vigtigste trusler og tre vigtigste muligheder.



Refleksions spørgsmål

Hvilke tre muligheder og trusler har størst potentiale til at påvirke jeres virksomhed positivt eller negativt?

Hvilke har størst potentiale til at forandre jeres forhold til kunderne?

Hvilke trusler og muligheder har I selv indflydelse på, og hvilke ligger uden for jeres indflydelse?

Hvornår vil I vende tilbage og revurdere det udfyldte værktøj?