



VÆRDIKÆDEN

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

Praktisk information

Afsæt 1-3 timer til beskrivelse og analyse.

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

Der skal bruges et stort print af værktøjet Værdikæden 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. 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. Først beskrives løsningen, som jeres virksomhed og samarbejdspartnere leverer til kunden og kundens kunder. Dette er både en beskrivelse af den overordnede løsning, og hvilket problem den løser, samt hvilke delelementer løsningen består af.
2. Herefter beskrives jeres virksomhed ved at besvare spørgsmålene: Hvilke delelementer af løsningen leverer I? Hvilken værdi leverer I? Hvordan styrker I den endelige løsning?
3. Efter beskrivelsen af virksomheden beskrives jeres kunder ved at besvare spørgsmålene: Hvem er kunderne? Hvilken værdi får de af løsningen? Hvilke problemer løses for dem?
4. Derefter beskrives kundernes kunder eller slutbrugerne ved at besvare spørgsmålene: Hvem er kundernes kunder eller slutbrugerne? Hvilken værdi får de af løsningen? Hvilke problemer løses for dem?
5. Herefter beskrives samarbejdspartnere ved at besvare spørgsmålene: Hvem er jeres leverandører og samarbejdspartnere? Hvilken værdi leverer de til løsningen? Hvilke delelementer leverer de til løsningen? Hvordan styrker de løsningen?
6. Endeligt beskrives konkurrenterne ved at besvare spørgsmålene: Hvem er jeres konkurrenter? Hvilke delelementer leverer de af løsningen? Hvilke produkter, værdi og services leverer de? Hvad er deres styrker? Hvad er deres svagheder? Husk også at medtænke nye mulige konkurrenter. Det markeres ud for hver konkurrent, hvilke delelementer de dækker.



7. Når værktøjet er udfyldt, analyseres det om jeres virksomhed er sårbar i forhold til de delelementer, som I tilbyder, og hvor let eller besværligt det er for kunder og samarbejdspartnere at erstatte jeres virksomhed med en anden. Hvis jeres virksomhed er sårbar i værdikæden, kan I undersøge, om det er muligt at dække flere af delelementerne i værdikæden, om I kan styrke jeres position yderligere og gøre jer uerstattelige, eller om I skal fokusere på et andet forretningsområde.

Refleksionsspørgsmål

Hvad er risikoen for, at en konkurrent eller samarbejdspartner erstatter jeres position i værdikæden, eller begynder at levere de delelementer, som I leverer på nuværende tidspunkt?

Hvordan kan I styrke værdikæden eller levere mere værdi til kunderne eller kundens kunder?

Hvordan kan I styrke samarbejdet med jeres samarbejdspartnere, så I sammen sikrer jeres position i værdikæden?