



“ECOSYSTEM OF DEMAND”

Das System der Nachfrage verstehen und Chancen für tragfähiges Wachstum im Internet identifizieren

Vivaldi|Partners

© 2007 Vivaldi Partners
Proprietary and confidential, all rights reserved.

Zwei veraltete "Inside-Out" Sichtweisen dominieren das Web

Produkt



Kunde

Produktperspektive

Disruptive Innovation

Technology Innovation

TQM

New Product Development

Brand Extension

Competitive Strategy

Design Innovation

Jobs to be Done

Stage-Gate Process

Quality Function Deployment

Auf der Suche nach dem richtigen Produkt

Kundenperspektive

Customer Orientation
CRM
Segmentation
Customer Delight
Customer Co-creation
Ethnography, Market Research
Customer Satisfaction
Customer Centricity
Voice of the Customer
Listening to Customers

Auf der Suche nach dem Kunden

Das neue Paradigma

The Demand-First Innovation and Growth Model - DIG

**Das System
der
Nachfrage
verstehen**

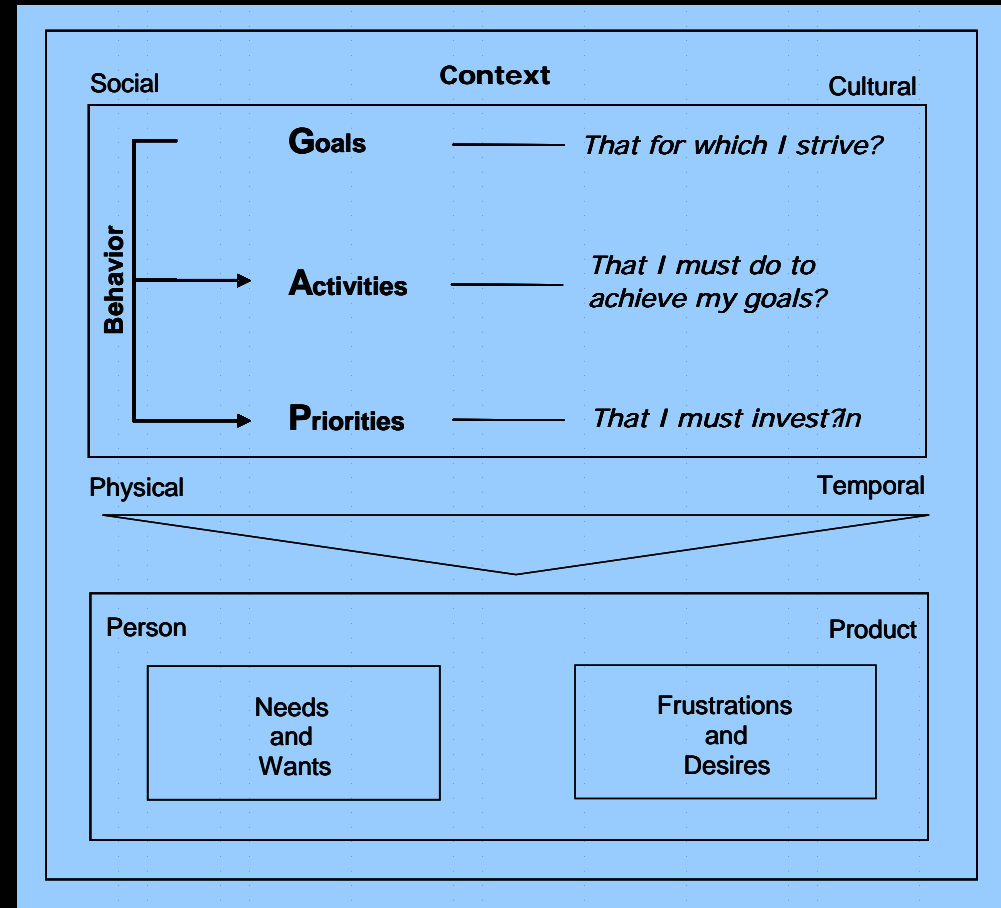
**Die
strategischen
Chancen neu
defineiren**

**Den
“Blueprint
for Action”
entwickeln**

Das System der Nachfrage verstehen

Das System der Nachfrage ist

- Flüchtig
- Im Wandel
- Kontextbasiert
- Outside-In
- „Was wirklich zählt“
- Unstetig
- Unartikulierte Bedürfnisse
- Leidenschaften
- Fantasien



1440 Minuten des täglichen Lebens

... Ziele

... Aktivitäten

... Prioritäten



KONTEXT verstehen
(diesseits und jenseits
des Web)

Neue Technologien verändern den Kontext der Internutzung dramatisch (1/2)

Service-Plattform



www.google.com

- Entwicklung des Webs zu einer globalen Plattform für Daten und Dienste (Kalender, Textverarbeitung etc.)
- Durch geräte- und ortsunabhängige Nutzung wird Komplexität für den Nutzer reduziert
- Einfachere und bequemere Nutzung wird die Attraktivität des Internets für die täglichen Aufgaben weiter erhöhen

Live-Space



www.frappr.com

- Automatische Aktualisierung der Daten durch Vernetzung (z.B. Temperaturen, aktuelle Ereignisse im Umfeld, Bloginträge etc.)
- Echtzeitgefühl und lokale Adaptionmöglichkeiten führen zu einer starken Wechselwirkung von Web und Wirklichkeit
- Reality-Tagging führt zu einer Dynamisierung und damit Steigerung der Relevanz des Webs im täglichen Leben der Nutzer

Mitmach-Web



www.wikipedia.com

- Die Rolle des Nutzers wandelt sich vom Konsumenten zum (Co-)Produzenten
- Unterschiedliche Inhaltsformen werden zusammengeführt und bilden aus Nutzersicht eine funktionierende Einheit
- Kritische Nutzermasse wurde bereits erreicht, das Netz entwickelt sich hin zu einem Kreativraum in dem das Einbringen von Wissen und Können zählt und auch monetarisiert werden kann

Neue Technologien verändern den Kontext der Internutzung dramatisch (2/2)

Sozialer Überraum



www.friendster.com

- Social-Networking ist zwar keine Web2.0-typische Anwendung aber integraler Bestandteil der Internutzung
- Eigene Reichweite kann durch die Nutzung von Zweit- und Drittkontakten enorm gesteigert werden
- Sozialer Austausch findet im Dreieck zwischen Selbstdarstellung, Kommunikation und Kollaboration statt
- Heute kann jede Applikation mit Hilfe von Mash-ups sozialisiert werden

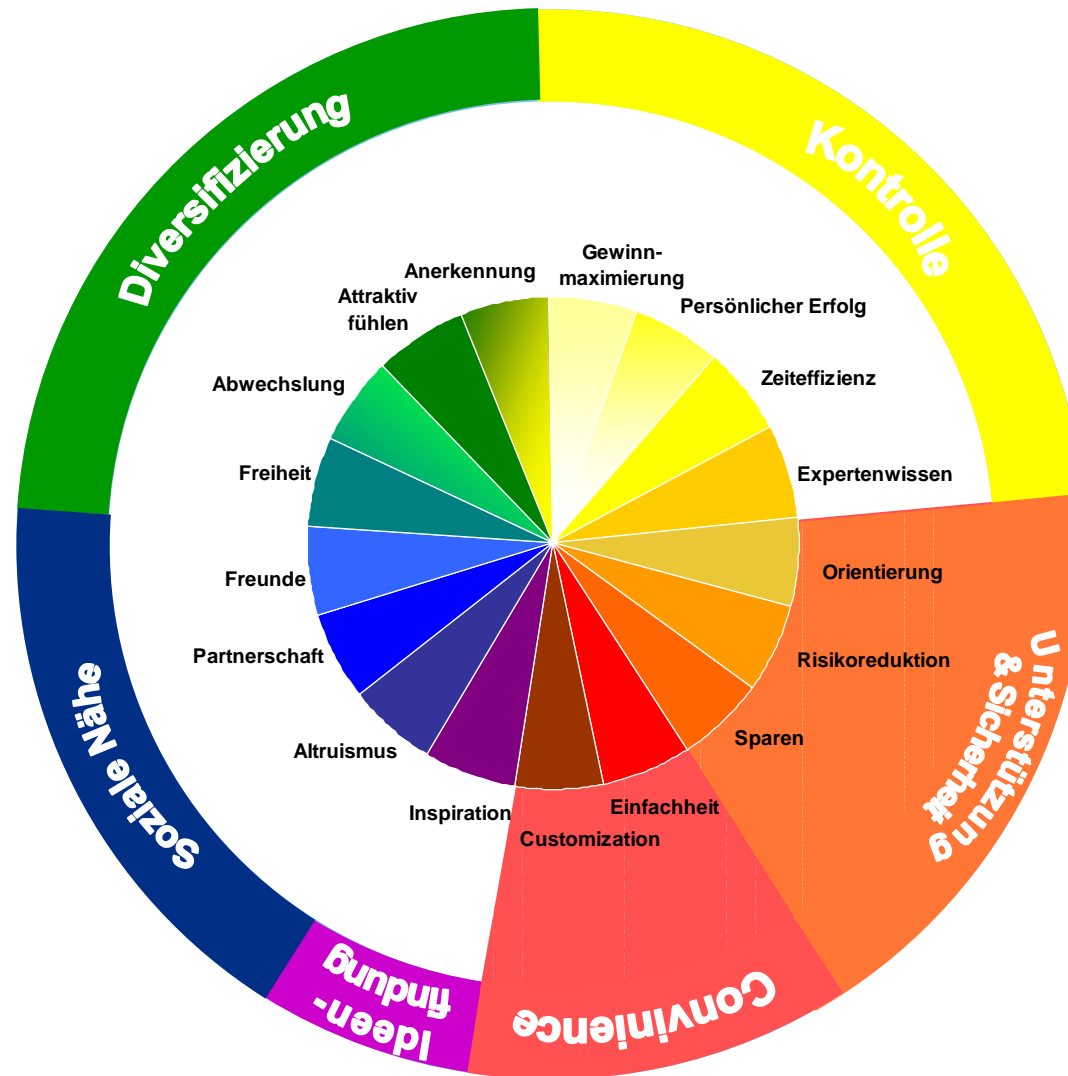
Intelligentes Web



www.digg.com

- User müssen durch einfache Nutzung motiviert werden
- Masse an Inhalten muss attraktiv aufbereitet werden, z.B. eigenes Tagging der Inhalte auf Flickr
- Vernetzung Gleichgesinnter aufgrund des beobachteten Internetverhaltens
- Die kollektive Intelligenz wird direkt in die Strukturen des Webs eingespeist und führt zur „Weisheit der Massen“

Internetspezifische Demand Landscape





HIDDEN
IN PLAIN SIGHT

*How to find and execute your company's
next big growth strategy*

ERICH JOACHIMSTHALER

HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS

To Do's:

**„Vom virtuellen Gedankenloкус zum
Wert fuer die Masse“**

**„Mehr Verantwortung fuer die Grenzen des
sozialen Ueberraums“**

Was bleibt in 3.0?