

Social Media Veränderungspotenzial für Geschäftsmodelle (*pbsm*)

<p>Schlüsselpartner des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial Schlüsselpartner sind eigenständige Unternehmen, deren Leistungen für das Geschäftsmodell unverzichtbar sind. Als eigenständige Unternehmen unterliegen sie ebenfalls dem Veränderungspotenzial von Social Media.</p>	<p>Schlüsselaktivitäten des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media verändert als Querschnittsfunktion die meisten Unternehmensfunktionen und deren Aktivitäten, also z. B. Marketing, Vertrieb, PR, Support, HR etc.)</p>	<p>Wertangebote in Form von Problemen und Lösungen des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media kann die Bedeutung von Problemen, sowie die Bewertung von Lösungen beeinflussen und damit die Basis des Geschäftsmodells des Unternehmens grundsätzlich verändern. Aus Social Media heraus können selbst Leistungen entstehen, die Geschäftsmodelle verändern oder obsolet machen (Wikipediaeffekt).</p>	<p>Kundenbeziehungen des aktuellen Geschäftsmodells</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media kann Kundenbeziehungen qualitativ und quantitativ verändern und über die soziale Komponente in der Pflege der Kundenbeziehungen neben den qualitativen Vorteilen auch Kostenvorteile generieren.</p>	<p>Kundensegmente anhand der Kriterien und Gründe der bestehenden Segmentierung</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media wirkt sich auf Bedürfnisse aus, kann Beziehungen verändern, ermöglicht oder erleichtert Plattformmodelle und Nischenmärkte sowie eine präzisere Marktsegmentierung. All diese Kriterien sind für die Bildung von Kundensegmenten relevant.</p>
<p>Kostenstruktur Bestehende Kostenstruktur</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media ist einerseits Kostenfaktor, kann aber bestehende Kostenstrukturen durch höhere Wirtschaftlichkeit (Kommunikationskosten) oder Partizipation (z. B. durch die Beteiligung von Social Media Usern an Supportfunktionen) entlasten.</p>		<p>Erlösstruktur Bestehende Erlösstruktur</p> <p>Veränderungspotenzial Social Media kann zusätzliche Einnahmequellen erschließen, z. B. über die Nutzung für Kommunikationsdienstleistungen (Werbung) oder Absatzdienstleistungen (Plattformkonzept).</p>		