

Usify

EasyReader

Affärsmodeller

Innehåll

INLEDNING	2
WORKSHOP	3
MODELLERING	4
GRUPPERING	4
MODELL ETT	6
MODELL TVÅ	6
MODELL TRE	7
FRAMTIDA ARBETE	8
REFERENSER	9

Inledning

Denna rapport syftar till att ge en bild av möjliga transaktioner mellan möjliga intressenter till EasyReader. Här presenteras tre konceptuella modeller, där Usify ger förslag på hur EasyReader kan användas, vilka parter (tjänsteleverantörer, informationsägare, kund/användare) som kan vara involverade, vilka transaktioner som sker dem emellan samt vilket mervärde EasyReader skapar.

Skapandet av de tre modellerna skedde iterativt och inleddes med en workshop där 9 affärsidéer togs fram. Dessa sammanfattades till tre övergripande idéer, ur vilka tre modeller arbetades fram.

Workshop

Inledningsvis hölls en workshop. Workshopens syfte var att generera ett så stort antal affärsmodeller som möjligt. I detta steg var inte fokus på hur realiserbara affärsmodellerna var utan fokus fanns på nytänkande och innovation.

Workshopen hölls i Usifys lokaler den 9 september 2011. I workshopen deltog personal från Usify med olika bakgrund (interaktionsdesigner, projektledare, styrelse). Endast en av deltagarna hade tidigare arbetat med att ta fram affärsmodeller.

Workshopen inleddes med en presentation av *Business model canvas* (Osterwalder, Pigneur.2009) Business model canvas är en metod där man kring en affärsidé beskriver ett antal viktiga delkomponenter som enligt (Osterwalder, Pigneur. 2009) bör finnas specificerade i en produkts eller varus affärsmodell. De komponenter som beskrivs är:

- Värdeerbjudande
- Kundrelationer
- Kundsegment
- Kanaler
- Nyckelresurser
- Nyckelaktiviteter
- Nyckelpartners
- Kostnadsstruktur
- Inkomster

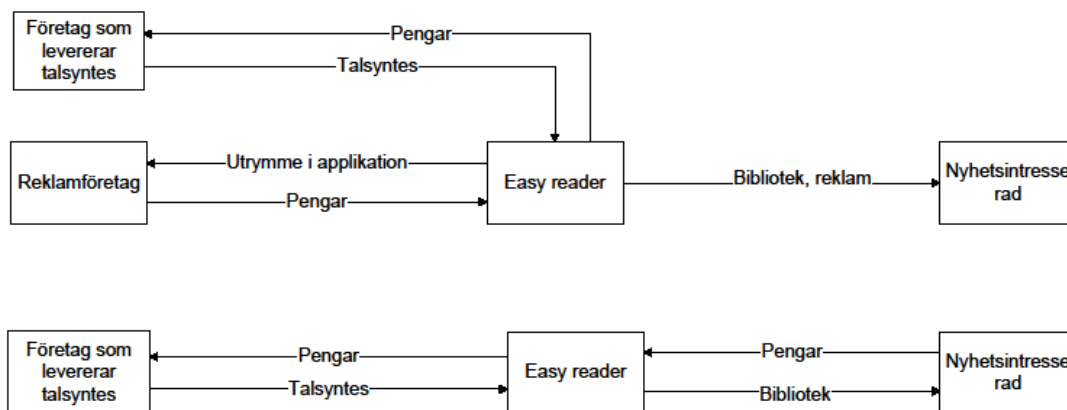
För att få en bra bild av affärsmodellen föreslår Osterwalder, Pigneur. 2009 att man skriver ner dessa komponenter och placerar dem på en *canvas* – duk. Workshopen resulterade i 9 stycken affärsidéer och dukar fyllde med information kring dem.

Nyckelpartners	Nyckelaktiviteter	Värdeerbjudande	Kundrelationer	Kundsegment
	Nyckelresurser		Kanaler	
Kostnadsstruktur		Inkomster		

Figur 1 - Duk där det går att skriva in komponenter i affärsmodell (Osterwalder, Pigneur. 2009)

Modellering

För att få en bättre bild av vilka transaktioner som skedde i de olika affärsidéerna skapades flödesskisser av de olika modellerna där alla transaktioner - det vill säga allt som förflyttas från en part till en annan - skissades upp.



Figur 2 – Exempel på flödesskiss

Gruppering

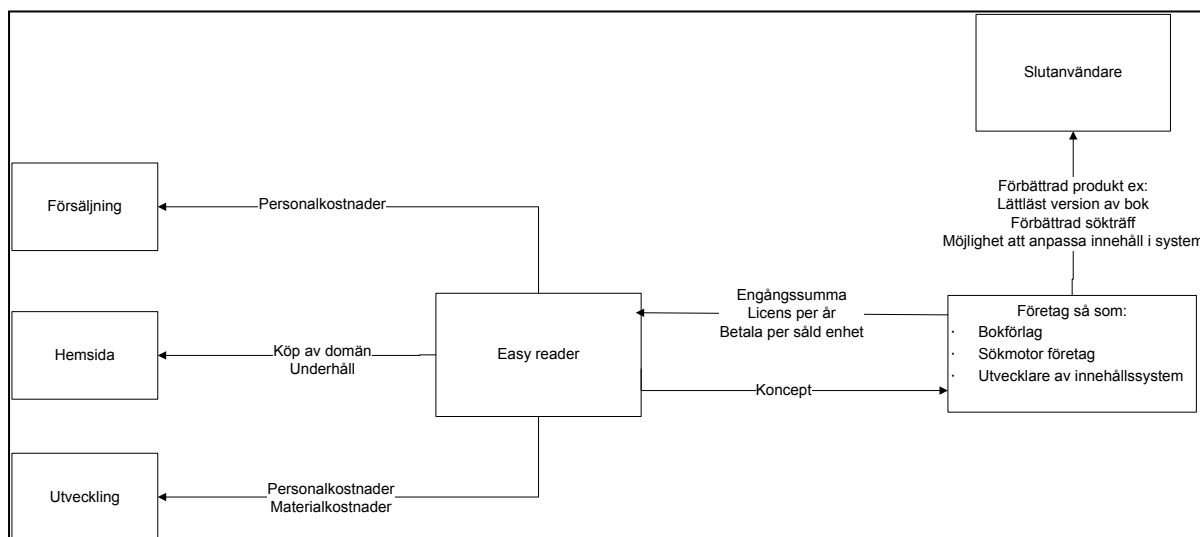
I samband med att de olika flödesskisserna utfördes, blev det allt tydligare att idéerna som tagits fram under workshopen hade ett antal gemensamma drag. Baserat på dessa gemensamma drag gick det att gruppera de olika idéerna i tre grupper. De olika gruppernas gemensamma nämnare var

- Kund - vem produkten/tjänsten riktar sig mot
- Mervärde – vilket mervärde som skapas
- produkt – utformning av produkt/tjänst

kund	Vad ska detta ge för värde	Produkt
Bokförlag Tidskrifter Sökmotor företag Innehållsägare Systemägare (hemsida) Utvecklare av innehållssystem	Ökad konkurrens genom mer attraktiv tjänst Tjänsten blir attraktiv i och med att den spara tid för slutanvändare (snabbare få åtkomst till mer kunskap & Möjlighet att ta beslut snabbare gällande tunga texter med mycket information)	Koncept (öppen kod) lättlästa böcker och sammanfattning av text (böcker, artiklar)
Bokförlag Skolor (bibliotek) Företag/institutioner var personal har behov av att få dokument sammanfattat.	Erbjuda sina kunder ett större utbud Erbjuda sina anställda mer kunskap/snabbare kunskap. Möjlighet att enklare/snabbare fatta beslut om dokument	Program - som kan göra sammanfattningar och lättlästa versioner av böcker, texter och artiklar.
Användaren är kund Läsare av nyheter, tidskrifter	enkelt att dela. Enkelt (behöver ej vara teknisk) enkelt att få tag på saker, fler aplattformar, behöver ej ha med sig datorn. Kan alltid komma åt saker.	Program- PC och mobil applikation som fungerar som ett bibliotek, där du kan spara böcker, tidskrifter, rss med mera. Applikation som erbjuder prenumeration på tidskrifter Talsyntes som läser upp det du har i biblioteket

Figur 3 – Kund, mervärde och produkt sammanfattat

När idéerna grupperats skapades flödesskisser av de sammanställda idéerna.



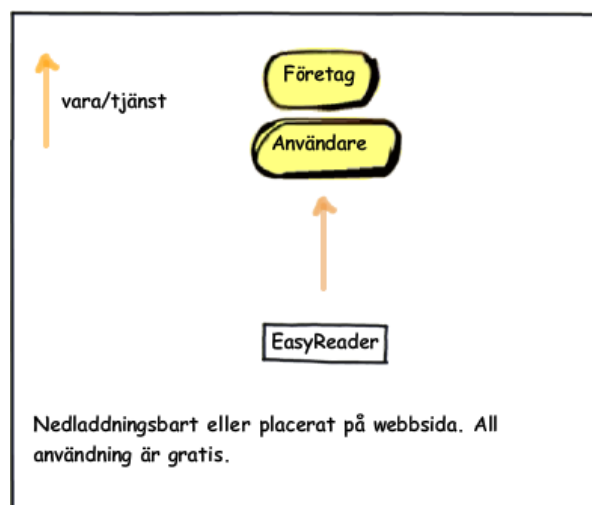
Figur 4 – Exempel på flödesskiss

Baserat på dessa flödeskisser skapade hade Usify tre sittningar där flödena omarbetades. Syftet med sittningarna var att skapa så grundläggande flöden som möjligt. Tanken med detta var att skapa en gedigen grund för tjänsteleverantörer och projektet att skapa nya affärsidéer kring.

Modell ett

I den första modellen som framtagits finns EasyReader tillgängligt som en gratis programvara via exempelvis webbsida eller nerladdning. Detta är själva grunden i EasyReader och kommer att tas fram av projektet. Programvaran skulle exempelvis kunna hittas/ användas på Post och Telestyrelsen (PTS) hemsida eller andra intresseorganisationers hemsidor.

Denna programvara kan användas av såväl privatpersoner som skolor, bibliotek och företag/organisationer.



Figur 5 – modell ett

Det mervärde som EasyReader skapar i denna modell är, för användaren, möjligheten att spara tid. Detta sker genom att exempelvis:

- Få böcker/artiklar i lättlästa versioner
- Få sammanfattningar av texter
- Företag, skolor och institutioner kan låta personal/elever använda programmet som stöd i undervisning och arbete.

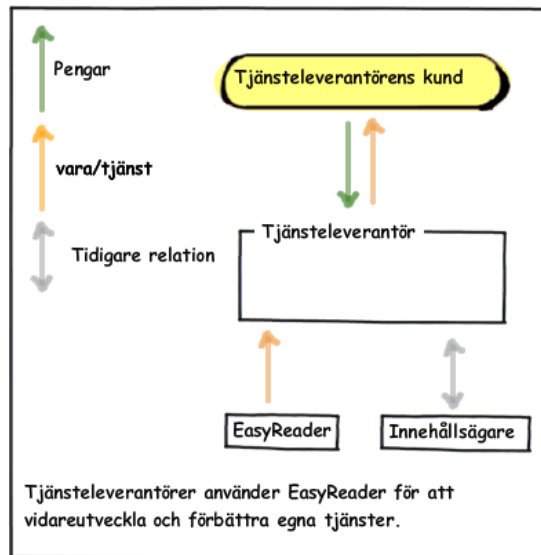
Modell två

I den andra modellen som framtagits finns EasyReader tillgängligt som programvarubibliotek eller API. Tjänsteleverantörer kan använda EasyReader för att förbättra existerande tjänster. Exempel på tjänsteleverantörer

- Förlag (böcker och magasin)
- Leverantörer av text till tal tjänster.
- Sökmotorföretag

- Utvecklare av innehållssystem (CMS)

Tjänsteleverantörerna kan vara innehållsägare, eller har sedan tidigare ett samarbete med innehållsägare.



Figur 6 – modell två

Det mervärde som EasyReader skapar i denna modell är, för tjänsteleverantörerna, ökad konkurrenskraft genom mer attraktivare tjänst. Genom att inkorporera EasyReader i en befintlig tjänst kan tjänsteleverantörer addera både funktionalitet och skapa mervärde för kunderna. Exempel på inkorporering i befintliga tjänster är:

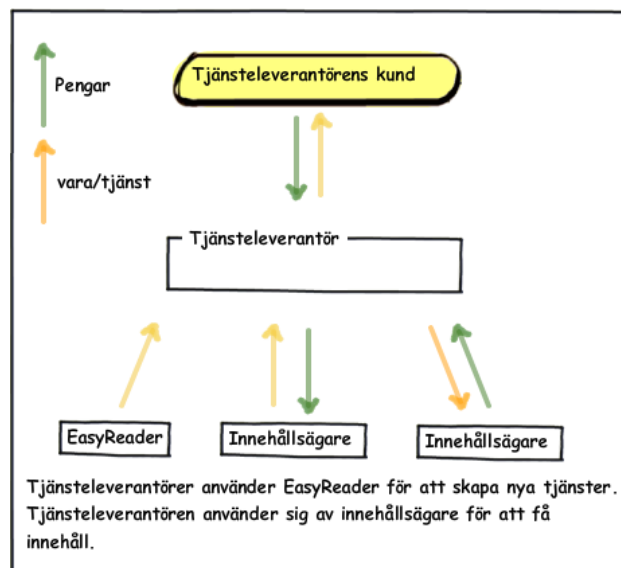
- Förlag (böcker och magasin) – lättlästa/sammanfattade versioner av produkter
- Sökmotorföretag – Bättre, mer informativa sökträffar
- Utvecklare av innehållssystem (CMS) – innehåll kan göras anpassningsbart (lättläst, sammanfattat)

Modell tre

I den tredje modellen som framtagits finns EasyReader tillgängligt som programvarubibliotek eller API. Tjänsteleverantörer kan använda EasyReader för att skapa nya, innovativa tjänster. Tjänsteleverantörerna är inte innehållsägare utan har vid behov samarbete med dem. Samarbetet mellan tjänsteleverantörerna och innehållsägarna kan se ut på olika sätt. Antingen vinner innehållsägaren på att deras innehåll sprids och de är därför parten som betalar för att deras innehåll syns. I det andra fallet är det tjänsteleverantören som är beroende av innehållsägaren och betalar för innehållet. Exempel på sätt/tjänster att använda Easyreader till:

- Nyhetsapplikation som sammanfattar nyheter

- Nya innovativa sätt att använda sammanfattning.



Figur + - modell tre

Det mervärde som EasyReader ger tjänsteleverantörer i denna modell är teknologi som möjliggör nya innovativa tjänster och produkter.

Framtida arbete

Ett möjligt sätt att vidareutveckla detta arbete är att testa produkten mot en faktisk intressent, eftersom målgruppsarbete och utvärderingar har gjorts mot målgruppen studenter/studenter med dyslexi ser vi att ett bra sätt att utveckla och testa affärsmodelleringen är att låta en tjänsteleverantör – universitetsbiblioteket använda EasyReader. Genom att göra detta kan man samla data kring denna affärsmodell och hitta både möjligheter och svagheter.

Projektet eller post och telestyrelsen (PTS) skulle kunna fördjupa arbete med affärsmodellering genom att välja den eller de modeller som anses mest gångbara och vidareutveckla dessa i en marknadsanalys.

Denna analys skulle innehålla en djupare beskrivning av modellen och en vidareutveckling av de drivkrafter involverade parter har. Vi tror att detta bäst sker genom att välja ett exempelsegment och basera analysen kring detta. Exempel på segment skulle kunna vara ett företag i något av de i modellerna presenterade branscherna.

Referenser

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2009): Business model generation. A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Amsterdam: Modderman Drukwerk