

NEUE, DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE

Vom klassischen Fachmedium zur digitalen Innovation:
Erfolgreiche Entwicklung eines Online-Tools am Beispiel von entolia



HALIL RECBER

Geschäftsführer Spitta GmbH



BETTINA BACHHOFER

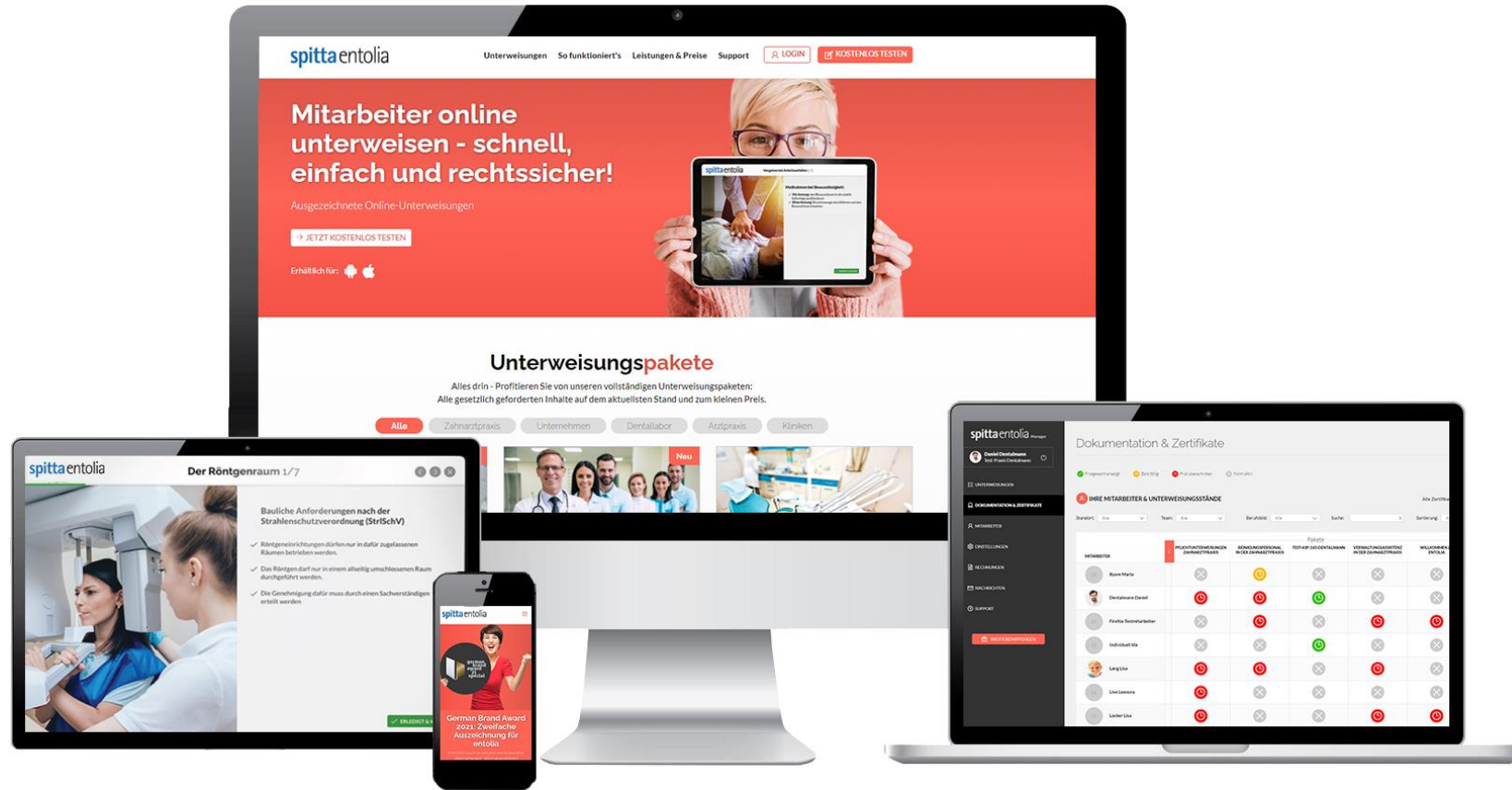
Junior Produktmanagerin für Digitale
Geschäftsmodelle

AGENDA

- **Zeitslot: 16:00 – 16:35 Uhr**
- **Herr Halil Recber:**
 - Vorstellung Spitta GmbH
 - Innovationsmanagement für digitale Geschäftsmodelle
 - Wie kamen wir auf entolia?
- **Frau Bettina Bachhofer:**
 - Das ist entolia
 - Wie löst das Produkt ein Kundenproblem?
 - Der Kunde im Fokus
 - Wie organisieren wir das Produkt? - Agile Entwicklung und Demand-Management
 - Community-Management und Steakholder
- **Zeit für Diskussion und Fragen: 16:25 – 16:35 Uhr**

SPITTA GMBH

- Seit 50 Jahren in der Dentalbranche (Zahnarztpraxen, Dentallabore) etabliert:
 - Start mit Organisationsmitteln (m. eigener Druckerei)
 - Heute Verlagsgeschäft, Akademie, Software und Online-Lösungen/Apps
 - Über 40% der Erlöse mittlerweile digital (online/offline)
 - Über 40% der Belegschaft im digitalen Umfeld tätig
 - Annähernd 60% der Zielgruppe zählen zu den Kunden des Unternehmens
- Etablierter Prozess für Produktentwicklung > Innovationen
- Team DGM mit PM, MM und CM – teilautonomes Team + PM im Profit Center (Stakeholder)
- Eigenes Entwickler-Team, Design über Experten/Agenturen
- Wie kamen wir auf entolia?



spittaentolia

Smarte Unterweisung Online

Produktaufbau aus Kundensicht

Primäres Kundenproblem:

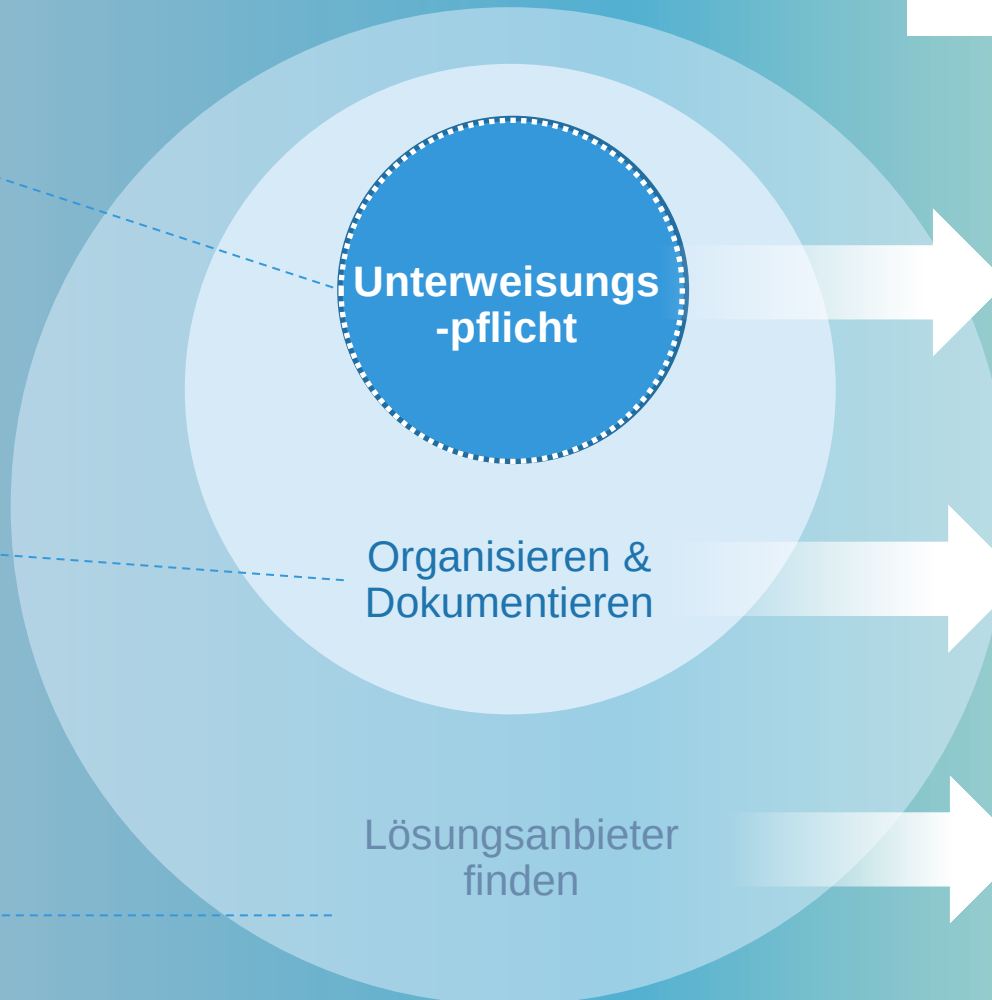
- Unterweisungspflicht erfüllen. Mitarbeiter müssen regelmäßig unterweisen werden

Sekundäre Kundenprobleme:

- Unterweisungsinhalte recherchieren & aktuell halten
- Unterweisungszyklen einhalten
- Dokumentation
- Terminfindung bei z.B. Gruppenunterweisungen

Tertiäres Kundenproblem:

- Passende Lösung finden (z.B. Schulungsanbieter, Bücher oder digitale Lösungen wie entolia)



Unterweisungs-pflicht

Organisieren & Dokumentieren

Lösungsanbieter finden

Für Mitarbeiter:

Unterweisungspakete werden in der „**entolia App**“ zur Verfügung gestellt und können dort selbstständig & flexibel erledigt werden.

Für Arbeitgeber:

Im „**entolia Manager**“ werden Mitarbeiter angelegt, Zertifikate gespeichert und Unterweisungspakete freischaltet

Für Interessenten:

Sichtbarkeit, Produktpräsentation & Leadgenerierung über die Webseite „**www.entolia.com**“

EINSTIEG LEICHT GEMACHT

- Zielgruppe und User sind nicht per se digital affin
- Dies muss bei der Produktkonzeption, der Produktpräsentation und im Marketing berücksichtigt werden
- Daher schaffen wir Elemente und Services, die den Einstieg erleichtern und Hürden vor der Kaufentscheidung abbauen

Usability & Simplicity des Produkts

Prozesse, Customer Journey und Touchpoints immer wieder kritisch hinterfragen und anpassen.

Onsite Support

Erklärende Elemente auf der Webseite
FAQs in allen Tools
Erklärvideos in allen Tools
Erklärende Transaktionsmails

Persönlicher Support

umfassendes Community-Management
Regelmäßige Schulungen zur
Ersteinrichtung/Produktpräsentation
Persönliche Einführungstermine für Interessenten
Laufender Support bei Fragen oder Problemen



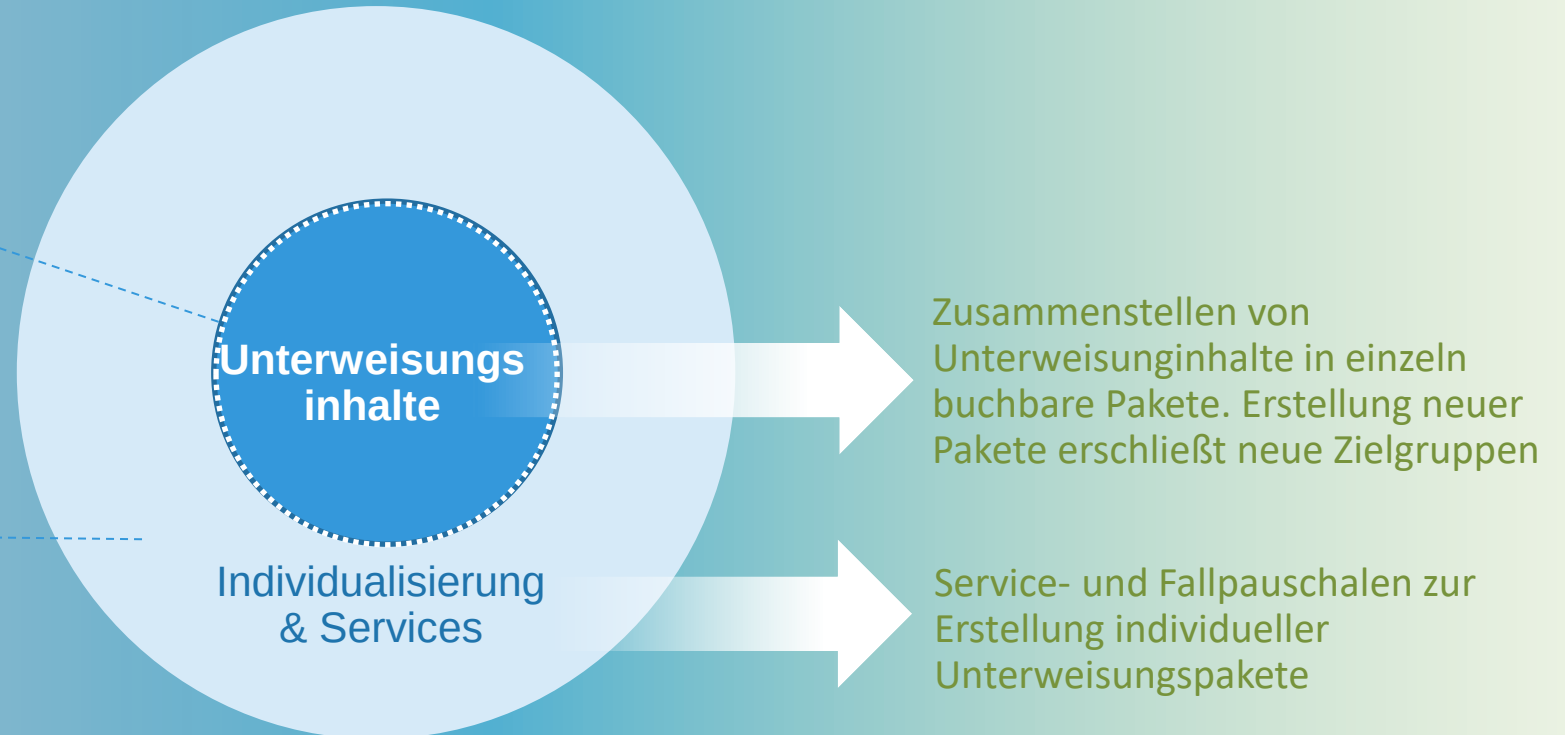
Produktaufbau als Geschäftsmodell

Primäres Geschäftsmodell:

Die Core-Value-Unit ist die Unterweisung selbst. Dem folgend wird nicht das Tool, sondern die Unterweisungspakete bepreist.

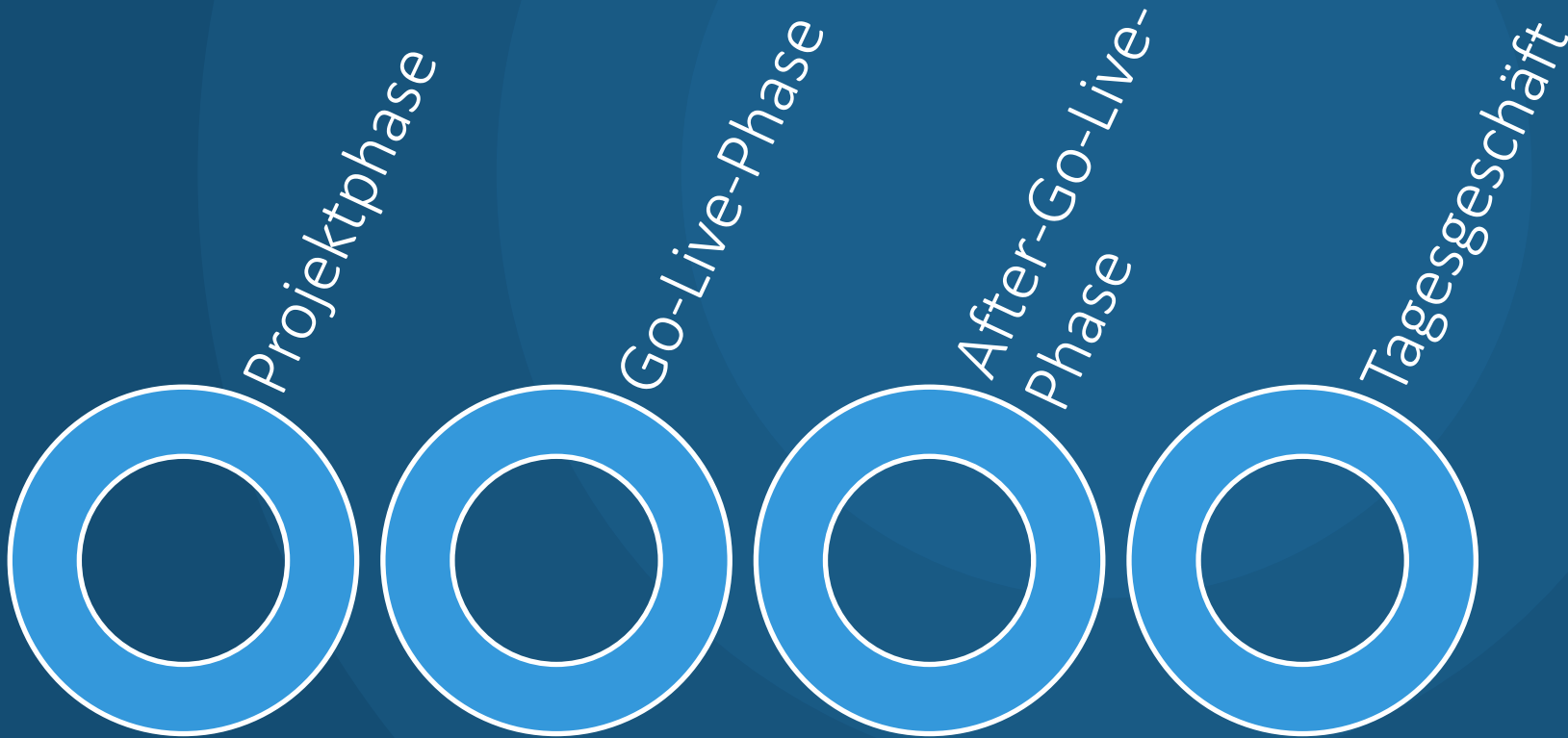
Sekundäres Geschäftsmodell:

Sonderangebote außerhalb des Standard-Geschäfts wie beispielsweise die Einbindung praxisspezifischer Inhalte



Entwicklungsphasen

eines neuen, digitalen Produkts



LINKS &

KONTAKTDATEN

- www.spitta.de
 - www.entolia.com
-
- Halil Recber
Geschäftsführer Spitta GmbH
halil.recber@spitta.de
 - Bettina Bachhofer
Junior Produktmanagerin für digitale Geschäftsmodelle
bettina.bachhofer@spitta.de