

1.5	Vækst gennem forretningsudvikling på en mobil platform
1. Formål	<p>Den mobile platform har for alvor etableret sig på den teknologiske scene, særligt gennem en udbredt brug af især smart phones og tablets. Mange virksomheder har fået øjnene op for det forretningsmæssige potentiale, der er til stede på den mobile platform, men ofte har tilgangen til den mobile platform være udelukkende teknologisk og ofte har mobile strategier været forankret i og rettet i mod de teknologiske muligheder og begrænsninger, der kendetegner platformen.</p> <p><i>Formålet</i> med projektet er at tage afsæt i mobilplatformen og fastholde fokus på forretning og kundebehov (i et teknologisk perspektiv). Projektets omdrejningspunkt vil være etablering af et nyt fundament for at udvide forretningsstrategiske tilgange til mobil forretningsudvikling. Her vil et helt centralt element være opbygningen af en mobilstrategisk tilgang, der er kontekstdrevet og som tager afsæt i en nuanceret skildring af varierende behov og brugeradfærd.</p> <p>Projektet vil koncentrere sig om hvordan virksomheder med mobile forretningsmodeller kan støtte og supplere traditionelle forretningsmodeller og hvordan mobilplatformen kan tilføre "added value" til eksisterende produkter og services, understøtte differentiering i forhold til at skabe øget konkurrenceevne og løfte virksomheders udvikling af produkter og services gennem øget business intelligence (BI), indsamling af data om brugeradfærd/afdækning af brugeradfærd og direkte bruger-feedback.</p>
2. Aktiviteter (beskriv)	<p>Den nyeste udvikling peger i retning af, en stigning i mængden af online aktiviteter, der er mobilt funderet. Online-relaterede aktiviteter og brugeradfærd er i stigende grad karakteriseret ved også at have en mobil dimension og mobilplatformen virker i flere tilfælde supporterende for online ikke-mobile aktiviteter.</p> <p>Målgruppen for projektet er fremstillings- og produktionsvirksomheder, der er på et udviklingsniveau, hvor de har styr på produktion, processer og organisation, og samtidig besidder en interesse i og en parathed til at "tage det næste skridt". Disse virksomheder vil have en "modenhed" i forhold til at udvide deres tilgang til udvikling af forretningen og til at tænke mobil forretningsudvikling ind som en del af deres grundlæggende forretningsmæssige fundament.</p> <p>Projektet vil inddrage virksomhederne i et planlagt forløb af en række aktiviteter, der tilsammen skal understøtte virksomhedernes engagement i mobil forretningsudvikling. Aktiviteterne udgøres primært af workshops og de kunne eksempelvis falde indenfor følgende områder:</p>

	<p>Workshops</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduktion – kortlægning af virksomhedens nuværende situation, herunder præsentation af virksomheder og projektforbøb. • BDI og kundeindsigter, herunder arbejde med virksomhederne og dens interessenter, kunderelationer/produktrelationer og "value proposition". • Teknologiske muligheder og infrastruktur, herunder afdækning af teknologier (apps, html5, netværk etc.) og idéer og mock-ups. • Forretningsmodellering og mobil strategi, herunder fokus på hvordan man kan skabe, levere og indfange værdi direkte på eller med støtte fra den mobile platform. • Evaluering af projektforbøb <p>Der vil desuden være en række andre relevante aktiviteter forbundet med projektet:</p> <p>Videnspredningsaktiviteter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udvikling og dokumentation af metode og proces for mobil forretningsudvikling • Videnskabelig artikel med afsæt i viden opsamlet i projektet • Mobile Business Manual – manual til virksomheder med let tilgængelige tips, råd og vejledning til hvordan man kan udvikle sin forretning gennem brug af den mobile platform. • Etablering af online community for mobil forretningsudvikling. 	
3. Milepæle	Udvælgelse af virksomheder og undersøgelse af virksomheders produkter / organisation.	Januar/februar 2014
	Virksomhedsforløb – samlet. Temaet udfoldes.	Marts/april 2014
	Evaluering af forløb/videnopsamling.	April 2014
	Publicering af 1) artikel om mobil forretningsmodellering og 2) Mobile Business Manual.	Maj/juni 2014
	Lancering af online community for mobil forretningsudvikling.	Maj/juni 2014
4. Deltagere (angiv herunder projektleder)	Alexandra Instituttet (projektleder) Arkitektskolen Aarhus Virksomheder: 4-5 case virksomheder	
5. Effekt og resultater	Der sættes fokus på mobile forretninger og herigennem støtte virksomheders udvikling gennem brug af mobile forretningsområder. Opsamling af ny viden og best practices for området for mobil	

	forretningsudvikling.
6. Nytteværdi og Nyhedsværdi	<ul style="list-style-type: none"> • Omsætning af viden til brug for og vejledning af virksomheder, der vil satse på mobil forretning og teknologi. • Herunder udgivelse af artikel om mobil forretningsmodellering, samt manual til vejledning og støtte af virksomheders udvikling (baseret på opsamlet viden og best practices inden for feltet mobil forretning). • Afdækning af trends inden for mobil teknologi og brugeradfærd. • Online community for mobil forretningsudvikling (til støtte af virksomheders udvikling på området).
7. Innovation for målgruppen	<p>Forretningsudvikling, nye produkter og USP'er for Fremstillings- og produktionsvirksomheder, segmenter indenfor Business to Business (BtB) og Business to Consumer (BtC).</p> <p>Kendskab til metoder for forretningsmodellering og kundebehov (value).</p>
8. Internationalisering	Løbende inddragelse af internationale, mobile trends i forhold til udviklingen i brugeradfærd og teknologi.
9. Periode for aktiviteten	Q3-Q4 2013 + Q1-Q2 2014