

Titel des Smart Services

Wie lässt sich die Lösung kurz und knapp umschreiben?

E-Everything

Beschreibung der Lösung

Wie funktioniert das Ganze?

- Alle e-getriebenen Fahrzeuge können an allen Ladestationen aller Anbieter mit einer einzigen Karte geladen werden.
- Die Endkunden (Fahrzeugnutzer) eröffnen ein Konto bei E-Everything und erhalten dadurch die Möglichkeit mit der E-Everything-Karte alle Services zu nutzen.
- Die B2B-Kunden der Plattform (e-Sharing-Anbieter, Ladestationbetreiber, etc.), erhalten qualifizierte Auswertungen der Nutzerdaten

Leistungsbestandteile

Welche digitalen Services, physischen Dienstleistungen und technischen Komponenten umfasst das Angebot?

- Plattform (Online-Präsenz inkl. App)
- Lieferantenpflege / -auswahl
- Datenaufbereitung
- Vermittlung
- Finanzdienstleistung
- First Level Support



Team-Name

Die Müllers

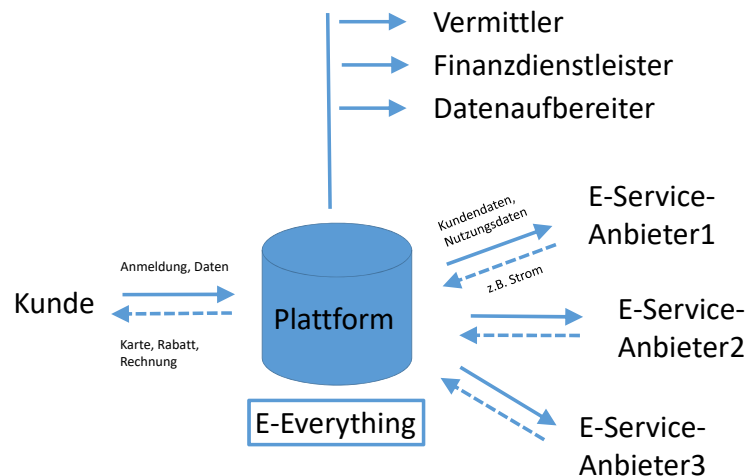
Smart-Service-Anbieter

Wer tritt als Smart-Service-Anbieter auf?

E-Everything GmbH

Smart-Service-Ökosystem (Zusammenspiel der Akteure)

Grafik



Kunden

Welche Kunden werden mit dem Angebot hauptsächlich angesprochen?

- Jeder mit Interesse an E-Services, weltweit

Wertschöpfungsbeitrag der Kunden

Was steuert der Kunde zur Lösung bei (z.B. Zugang zu Räumlichkeiten, Bereitstellen von Ressourcen, Ideen)?

- Qualifizierte Daten zur Verfügung stellen
- Feedback

Wertschöpfungsbeitrag des Anbieters

Was steuert der Service-Anbieter zur Lösung bei?

- Betrieb und Pflege der Plattform
- Vereinfachung & Schaffung von Transparenz bei der Nutzung von E-Services
- Minimierung von Zahlungsausfällen

Wertschöpfungsbeitrag der Partner

Was steuern die Dienstleistungspartner zur Lösung bei?

- Bereitstellung der E-services
- Second & Third Level Support für die Kunden

Kundenprobleme

Zur Lösung welcher Aufgaben, Problemen, Ziele des Kunden soll das Angebot einen Beitrag leisten?

- Schlechte Service-Abdeckung
- Mehrfachaufwände

Kundennutzen

Worin genau liegt der Mehrwert für den Kunden?

- Hohe Service-Abdeckung
- Einfaches Handling
- Flexibilität
- Einheitlicher Ansprechpartner

Gegenwert des Anbieters

Was erhält der Smart Service-Anbieter für seine Leistung (z.B. Geld, Marktzugang, Reputation, ...)

- Einzelprovision von den Service-Anbietern
- Grundbeitrag von den E-Service-Anbietern

Gegenwert der Partner

Was erhalten die Dienstleistungspartner für ihre Leistung (z.B. Geld, Marktzugang, Reputation, ...)

- Plattformkundendaten (Wer lädt wo, wieviel km, ...?)
- Vergütung für Dienstleistung (z.B. Strom)
- Geringeres Zahlungsausfallsrisiko