

HANDWERK

Life Is Better With Buttercream

Sitz

Ahornweg 89, 76275 Ettlingen-West

Größe

1 Mitarbeiterin

Branche

Lebensmittel- und Handwerksbranche

Klassisches Kundensegment

Privatmensch, Backinteressierte

Wie mit der Anpassung des Geschäftsmodells und der Einführung von Online-Workshops eine effiziente Ressourcennutzung und ein optimiertes Kundenerlebnis einhergeht und worauf dabei zu achten ist, zeigt Ihnen die Gründerin Vanessa Fernandez Tomaz von *LifelsBetterWithButtercream* in diesem [Video](#).

Zum Video gelangen Sie auf direktem Weg durch Scannen des QR-Codes. Auf der Webseite www.aufzumdigital.de finden Sie weitere Videos und viele nützliche Informationen rund um digitale Geschäftsmodelle. Folgend finden Sie die wichtigsten Aussagen zum Nachlesen.



Herangehensweise des Unternehmens

Motivation, Grund und Ausschlag für die Entwicklung des digitalen Geschäftsmodells

Die Motivation entstand aus der Notwendigkeit, sich während des ersten Lockdowns und der Coronazeit an veränderte Umstände anzupassen. Die ursprünglichen Standbeine, Hochzeitsaufträge und Live-Workshops vor Ort, fielen weg. Die Gründerin, ursprünglich Architektin, hatte jedoch bereits auf Instagram ihre Backfortschritte geteilt und eine engagierte Online-Gemeinschaft aufgebaut. Diese positive Resonanz motivierte sie, innerhalb von zwei Tagen einen Onlineworkshop zu entwickeln, der bis heute erfolgreich ist.

Durch ihre persönliche Erfahrung als Veganerin entschied sie sich zudem, veganes Backen in den Fokus zu rücken, was auf breites Interesse stieß, auch bei nicht-veganen Kunden.

Technologien, Kompetenzen und Strukturen, die für die Realisierung des Geschäftsmodells notwendig waren

Zunächst spielte Vanessa Fernandez Tomazs Erfahrung in den sozialen Medien, insbesondere auf Instagram, eine wesentliche Rolle. Diese Erfahrung ermöglichte es ihr, effektiv Aufmerksamkeit zu generieren und zu verstehen, was die Zielgruppe interessiert. Im Bereich der Technologien und Kompetenzen brachte sie Kenntnisse aus ihrer Zeit als Architektin mit, die sich in Kreativität und Gestaltungsfähigkeit äußerten. Dies zeigte sich unter anderem in der eigenständigen Entwicklung ihres Logos und dem Aufbau ihrer Website.

Geschäftsmodelltyp

Mehrwert, den das Geschäftsmodell einbringt

Das Geschäftsmodell von LifelsBetterWithButtercream hat sich erfolgreich zu einem digital gestützten Unternehmen entwickelt. Durch den Online-Shop können Kunden Produkte vorab bestellen und zu festen Zeiten abholen, was Überproduktion minimiert und Ressourcen effi-

zienter nutzt. Die Einführung von Online-Workshops erwies sich als rentabel, ermöglichte eine skalierbare Einnahmequelle und reduzierte den Betreuungsaufwand im Vergleich zu Vor-Ort-Kursen. Die digitale Präsenz auf Social Media spricht junge Zielgruppen an und fördert die Begeisterung

Effekte des Geschäftsmodells

Herausforderungen, die gemeistert wurden

Es musste umgedacht werden, um den Herausforderungen zu begegnen. Dies umfasste die Anpassung des Geschäftsmodells an die Pandemiebedingungen. Persönliche Veranstaltungen und Workshops wurden durch Online-Formate ersetzt, und gleichzeitig wurde ein Online-Shop eingeführt, der es Kunden ermöglicht, Produkte im Voraus zu bestellen.

Lektionen, die bei der Erarbeitung des Geschäftsmodells gelernt wurden

Die Erarbeitung des Geschäftsmodells hat gezeigt, dass eine persönliche Präsentation und Transparenz über die Produktionsweise entscheidend sind, um sich von großen Online-Konzernen abzuheben und die Kundensichtbarkeit zu gewährleisten. Die schnelle Dynamik des digitalen Wandels erfordert eine ständige Anpassung und Hervorhebung, wobei eine persönliche Herangehensweise als effektives Mittel gilt, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Insgesamt unterstreicht dies die Bedeutung eines kontinuierlichen Lernprozesses, um mit den sich rasch entwickelnden digitalen Trends Schritt zu halten.

Gefördert durch:



digitalLÄND

