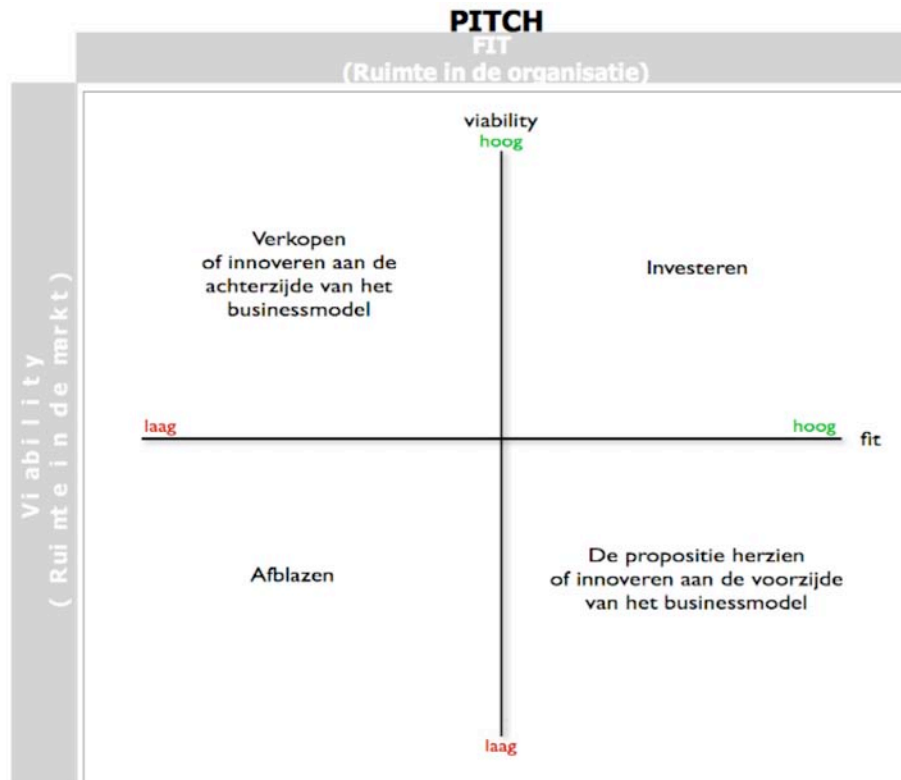


Uitkomsten van de PITCH Fit & Viability interpreteren

De scores op de PITCH-criteria worden automatisch geplot in een kwadrant (zie figuur). De scores helpen om een keuze te maken voor het al dan niet doorgaan met het gewenste product- of dienstenconcept.



Optie 1: GO!

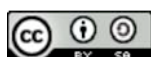
Bij twee vlakken spreekt de te volgen koers redelijk voor zich. Als de viability hoog is en de fit ook dan kun je het idee voor het nieuwe product, de dienst of het verdienmodel rustig uitvoeren ('investeren'). Er is geen noemenswaardige innovatie van het businessmodel noodzakelijk en de markt zit vol ongeduld te wachten.

Optie 2: NO!

Zijn zowel fit als viability laag dan ziet het er kansloos uit voor je idee ('afblazen'). Waarschijnlijk moet je volledig reorganiseren en zelfs dan zit er blijkbaar niemand op je idee te wachten. Stoppen dus.

Optie 3: Businessmodel innoveren!

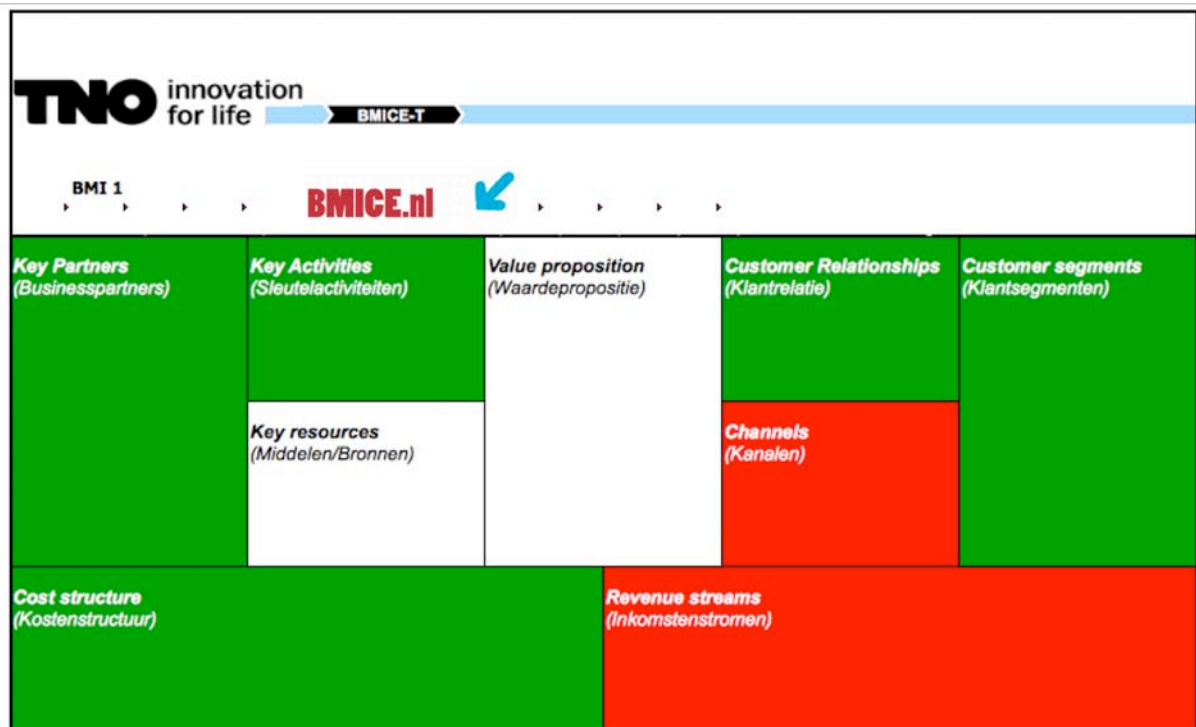
Bij uitkomsten in de twee andere vlakken ligt het wat complexer. Bij een hoge viability en een lage fit is de makkelijkste route om je idee door een ander uit te laten voeren ('verkopen'). Je hebt dan wel een product, dienst of verdienmodel in gedachten waar de markt voor te porren is, maar de instelling is er helemaal niet op ingericht. Er is innovatie nodig aan de achterzijde van het businessmodel. De PITCH-tool laat precies zien op welke bouwstenen de instelling slechts scoort (rood), op welke neutraal (wit) en op welke sterk (groen). De rode vlakken zijn de bouwstenen waar vernieuwing moet plaatsvinden. In het voorbeeld (zie figuur) is dat bijvoorbeeld op het gebied van kostenreductie.



Is juist de viability laag en de fit hoog dan ben je uitstekend in staat om een idee te realiseren waar niemand op zit te wachten ('propositie aanpassen'). Of het is zo dat er best een publiek is, maar dat je er als instelling onvoldoende in slaagt om dat publiek te bereiken. Als dat zo is laat de BMICE-tool met roodgekleurde vakken zien waar innovatie nodig is aan de voorzijde van het businessmodel.

Keuzes maken

De projectie op het businessmodel canvas helpt bij het maken van een keuze. Zijn er veel rode vlakken en slechts weinig groene, dan betekent dat dat het bestaande businessmodel voor het nieuwe product of de nieuwe dienst ingrijpend veranderd moet worden. In zulke gevallen is het wellicht niet de moeite om toch door te zetten. Is het aantal rode vlakken daarentegen beperkt ten opzichte van het aantal groene bouwstenen, dan is de benodigde innovatie waarschijnlijk te overzien.



Welke keuze uiteindelijk gemaakt wordt is een kwestie van interne afweging. De tool helpt om inzichtelijk te maken hoe drastisch er geïnnoveerd moet worden, maar 'neemt zelf' geen beslissing.