



Invitation til Phd.-forsvar v/Morten Lund

Torsdag d. 21. August 2014 kl. 12.30, Nordkraft, Kjellerups torv,
9000 Aalborg, Auditorium 4.3.02.

Ph.d. afhandlingen har titlen "Capturing the business model narrative - Designing business models with narratives" og omhandler:

Ledere, innovatører, iværksættere og forskningsverden fokuserer i stigende grad på det nye buzzword: forretningsmodel. Forretningsmodeller er blevet inkorporeret i forretnings sproget, og de er en del af historien om en virksomheds succes eller fiasko. I denne afhandling undersøges der, hvordan man kan indfange essensen af en forretningsmodel gennem brugen af narrativer. Afhandlingen indeholder også forslag til, hvordan forretningsmodelnarrativer kan struktureres som en ramme, der kan inspirere til nye perspektiver, når man designer og tester en ny forretningsmodel. Brugen af narrativer i forretningsmodeller undersøges gennem en række cases fra et empirisk længdestudie. De empiriske data, som er indhentet fra dette studie, fortæller en meget overbevisende historie, nemlig at narrativer spiller en central rolle med hensyn til forståelsen og design af forretningsmodeller. Dog er der brug for mere forskning inden for området om det narrative koncept.

Den modige konklusion er, at alle forretningsmodeller indeholder en overbevisende historie – et narrativ – og at dette overbevisende narrativ kan indfanges. Narrativet kan fortælles i flere kontekster, og der kan være flere årsager til, hvorfor man fortæller narrativet. Det kunne for eksempel være for at forstå eller analysere noget, for at opnå eller ændre noget, for at formidle noget på flere planer, eller for at transformere en analogi. Narrativet kan struktureres således, at det passer til det formål, som det skal tjene.

Til sidst præsenteres en model for forretningsmodelnarrativer.

Efter forsvaret vil CIP være vært ved en lille forfriskning.

/ English version of resume:

Managers, innovators, entrepreneurs and academia have increasingly turned their attention to the new business buzzword; business models. Business models have crept into the conversation in management, and they are included in the stories of a business's success or failure.

This dissertation aims to examine how it is possible to capture the essence of business models through the use of narratives, and suggests how business model narratives can be structured into a framework that can inspire us to take on a new perspective when designing and testing business models.

The use of narratives in business models is investigated through a series of cases from a longitudinal empirical study. The empirical data from this study tells a convincing story; that narratives play a central role in the process of understanding and designing business models. However, the narrative concept needs further clarification.

The bold conclusion is that each and every business model holds a compelling story – a narrative – and this compelling narrative can be captured. The narrative can be told in different contexts and for different reasons. For example, it may be told in order to understand, analyze, gain or change something, to communicate with several motives, or to transform an analogy. The narrative itself can be structured to fit the purpose it is to serve.

Finally, a model for a business model narrative is presented.