



Messe zum Gründen
und Unternehmen

Die Perspektive des Kunden einnehmen – wie und warum ?

Geschäftsidee - Inhalte, Kundensicht, Nutzenargumente

Markterkundung, Marktanalyse & Wettbewerb

Marketing & Marktansprache



Stefanie Rätker

Business & Career Coach

Organisations- & Gründungsberaterin

Die Geschäftsidee – ein Startpunkt für Ihren Erfolg

...oder der Beginn einer spannenden Reise/eines spannenden Prozesses



Einige Gedanken zum Thema Geschäftsidee

Wann ist eine Idee erfolgreich? Welche Faktoren können dafür wichtig sein?



Die entscheidenden Fragen...

aus Kundensicht

Brauche ich das?

Wenn ja, warum? Was konkret ist das Beeindruckende?

Was verändert sich für MICH,
wenn ich die Dienstleistung/das Produkt kaufe?

Worin sehe ich für mich konkret den Nutzen?

Was ist mir die Dienstleistung/das Produkt wert?



Die Perspektive wechseln

...und die eigene Idee aus Sicht des Kunden/der Kundin betrachten



Die Perspektive wechseln

...und die eigene Idee aus Sicht des Kunden/der Kundin betrachten

Ich werde die Leistung kaufen,
weil...



Ich werde die Leistung nicht
kaufen, weil...



Der Kundennutzen

Ein zentrales Element Ihrer Geschäftsidee



Motive zum Kauf

Einige Beispiele...

Wirtschaftlichkeit/Effizienz

Abenteuer und Risiko

Erfolg haben

Gutes Gewissen

Sparsamkeit



Gesund bleiben oder werden

Klima/Umwelt schützen

Bequemlichkeit

Spieltrieb und Experimentierfreude

Sicher sein

Prestige

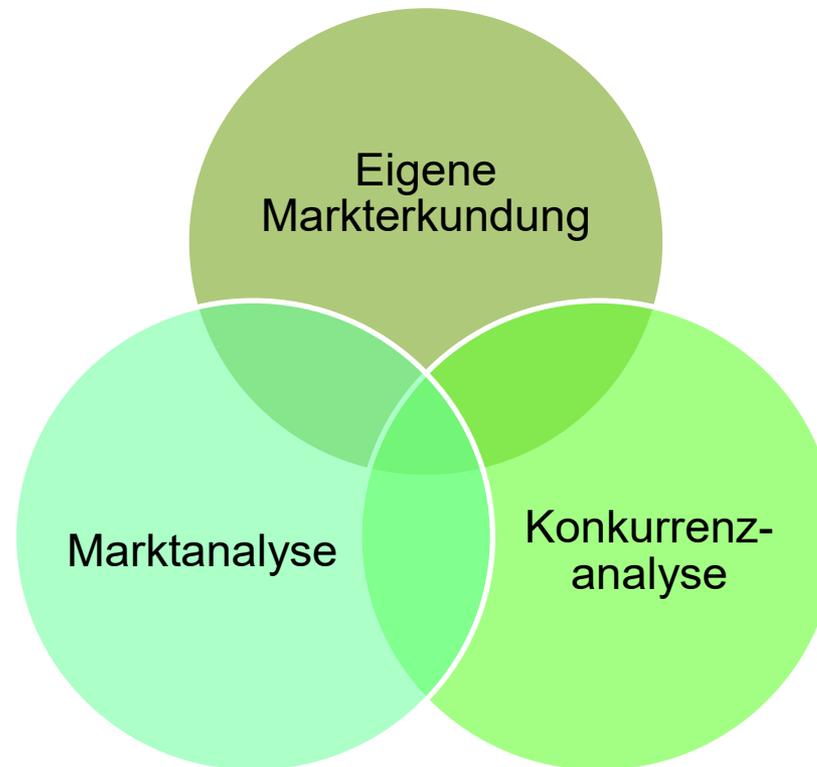
Business Model Canvas

Eine übersichtliche Abbildung Ihres Geschäftsmodells

<i>SCHLÜSSELPARTNER</i>	<i>SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN</i>	<i>WERTANGEBOTE</i>	<i>KUNDENBEZIEHUNGEN</i>	<i>KUNDENSEGMENTE</i>
				
	<i>SCHLÜSSELRESSOURCEN</i>		<i>KANÄLE</i>	
<i>KOSTENSTRUKTUR</i>		<i>EINNAHMEQUELLEN</i>		

Den Markt kennenlernen

...verschiedene Wege...



Eine Geschäftsidee testen - Prototyping

Von der Idee in den Markt-Check – möchte der Kunde das, was ich anbiete?



eigene
Markterkundung

Eine Geschäftsidee testen - Prototyping

Von der Idee in den Markt-Check – möchte der Kunde das, was ich anbiete, kaufen?

- ✓ Was ist das Besondere an meiner Idee?
- ✓ Was möchte ich durch meinen Markt-Check herausfinden?
- ✓ Suche und Auswahl passender und zugleich günstiger Testmöglichkeiten
- ✓ Planung des Testlaufs – Wie soll der Test konkret aussehen?
- ✓ Durchführung des Testlaufs
- ✓ Auswertung des Tests

eigene
Markterkundung

Eine Geschäftsidee testen - Prototyping

Markterkundung – den potentiellen Kunden fragen

Aufbau des Fragebogens:

1. Max. 6 Fragen, bunt gemischt
2. Offene Haltung
3. Regionale Nähe
4. Persönlich
5. Sinn für mich als Kunde erkennbar
6. Wertschätzung
7. Kundennutzen darstellen

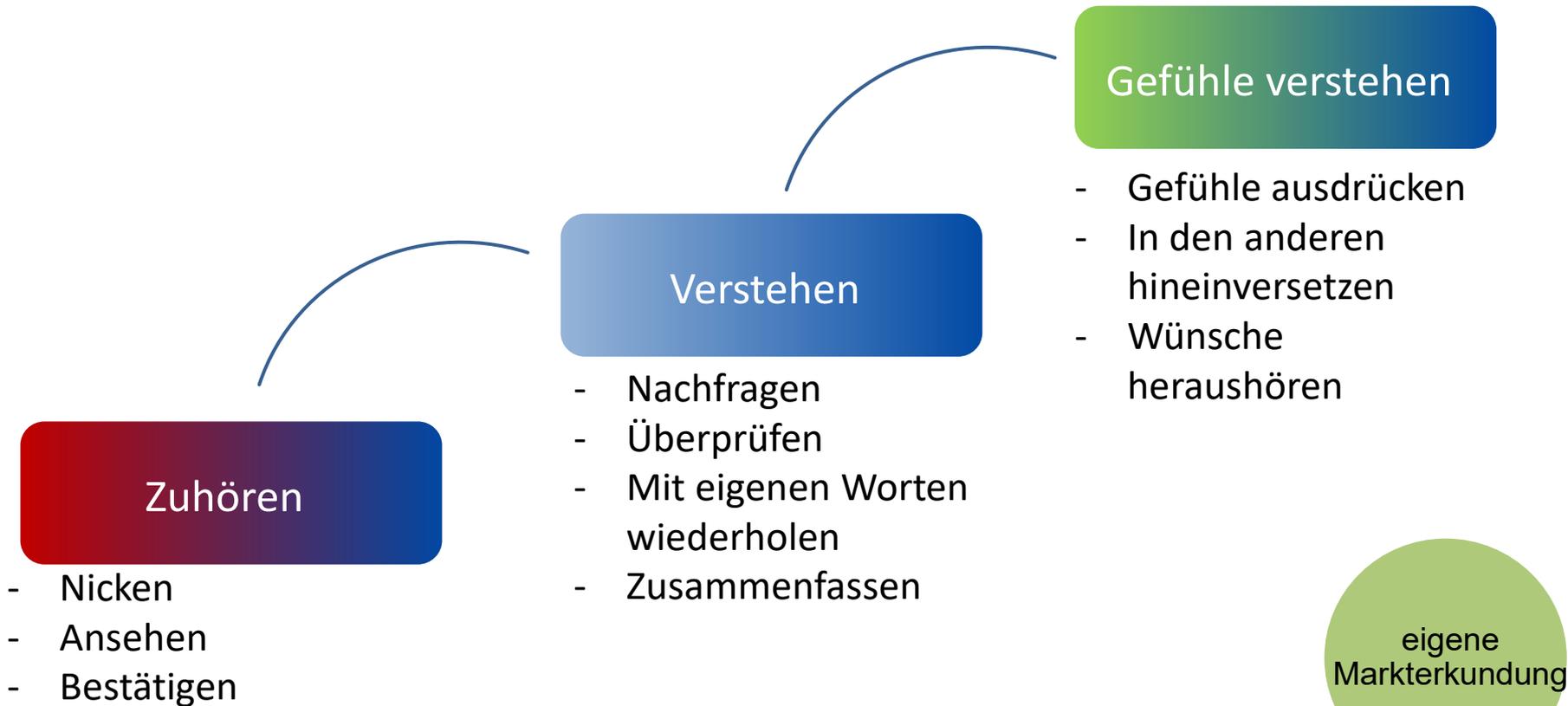


mind. 100 potenzielle
Kunden
on- und/oder offline

eigene
Markterkundung

Den Kunden verstehen

...durch aktives Zuhören



Eine Geschäftsidee testen - Prototyping

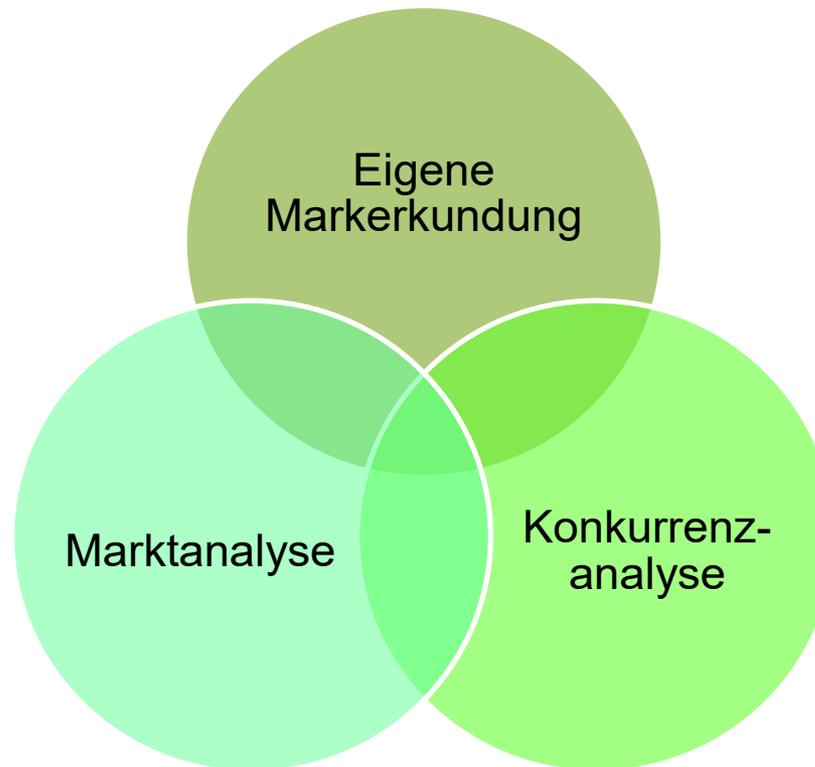
Vorteile des Prototypings

- ✓ Sammlung erster praktischer Erfahrungen und Kundenfeedbacks
- ✓ Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit
- ✓ Überschaubarer finanzieller Aufwand
- ✓ Entdecken von Verbesserungspotenzial
- ✓ Erste Werbung
- ✓ Eventuell erste Einnahmen

eigene
Markterkundung

Den Markt kennenlernen

...verschiedene Wege...



Der Wettbewerb

...ein kurzer Überblick

Wer ist außer mir mit
gleicher oder ähnlicher
Leistung am Markt?

Welchen besonderen
Nutzen bieten sie den
Kunden an?

Welche Marktstrategien
verfolgen sie?



Konkurrenz-
analyse

Der Wettbewerb

...ein kurzer Überblick

Wo sind Ihre
Konkurrenten „besser“
als Sie?

Wo können Sie besser
als Ihre Konkurrenten
werden/sein?



Konkurrenz-
analyse

Der Wettbewerb in einer SWOT

...ein kurzer Überblick



Konkurrenz-
analyse

Wettbewerb und Alternativen

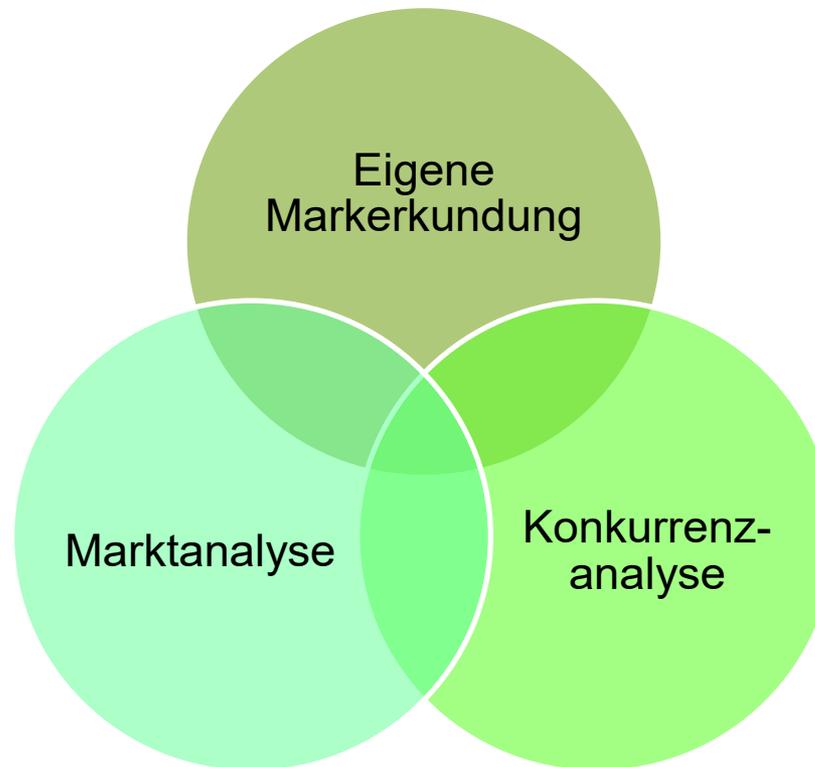
...wovon hängt die Kaufentscheidung ab? Was könnte ein Kunde vergleichen?

Marke / Image	steht für	Bekanntheitsgrad
Angebotsvielfalt	steht für	individuelle Auswahlmöglichkeit
Spezialisierung	steht für	Kompetenz
Empfehlung	steht für	Vertrauen
Qualität	steht für	Haltbarkeit, Nutzen, Wert
Preis	steht für	Wirtschaftlichkeit
Standort	steht für	Erreichbarkeit
Service	steht für	Zusatznutzen, Wertschätzung
Vertriebsweg	steht für	Aufwand des Kunden

Konkurrenz-
analyse

Den Markt kennenlernen

...verschiedene Wege...



Informationen zum Markt sammeln

...Möglichkeiten und Ideen

Datenbanken

Verbände

Social Media

IHK/HWK

Branchenbriefe

Fachpresse/-literatur

Amtliche Statistiken

Wirtschaftspresse

Auskunfteien



Markt-
analyse

Marketing

...die 4 P's



Marketing

...die Kundensicht



Was ist das Produkt?

Was kann es?

Was ist mir die
Leistung/das Produkt wert?

Wie komme ich an
das Produkt heran?

Auf welchem Weg
erfahre ich von
dem Produkt?

Was wir Ihnen wünschen...



Alles Gute auf Ihrem Weg und viel Spaß!