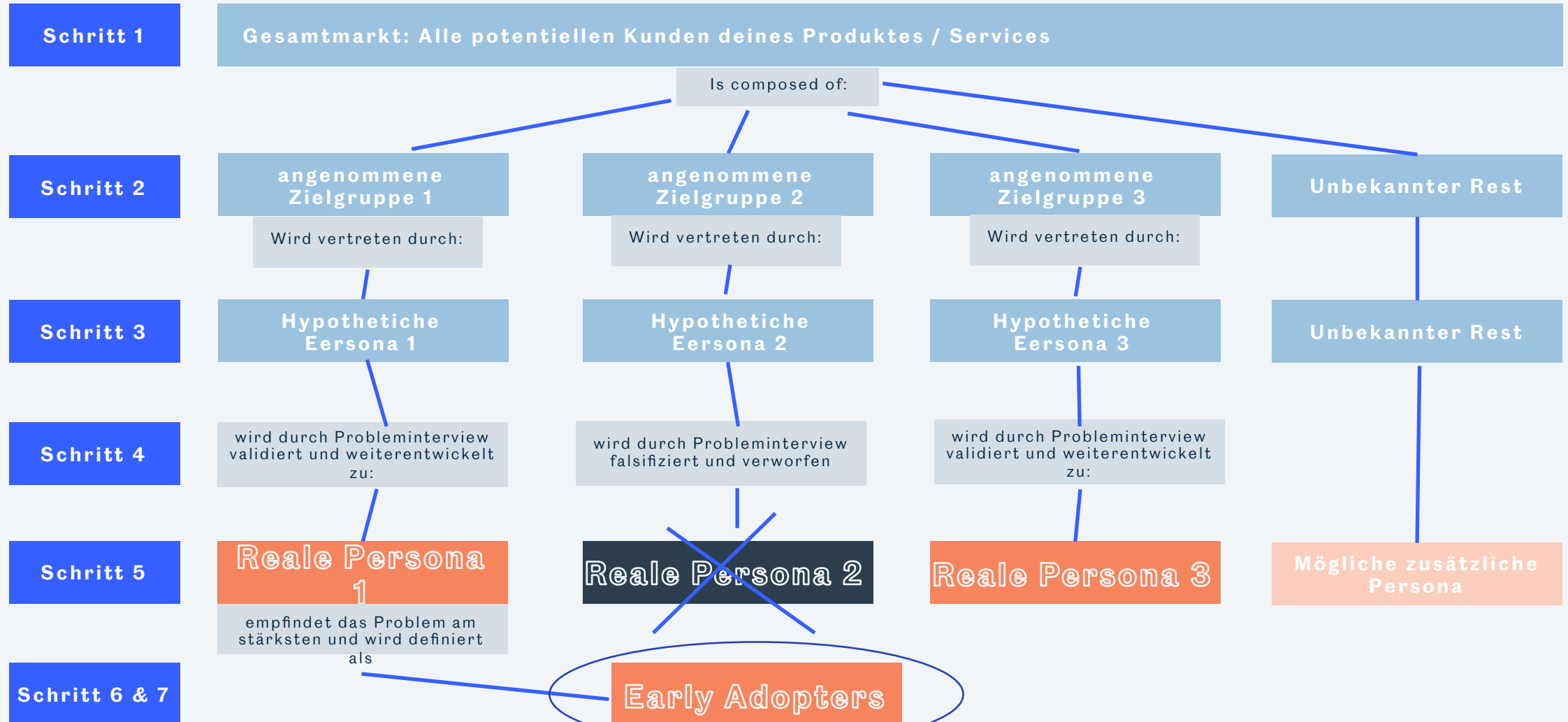


PROBLEM & KUNDEN



Schritt 1: Erkunde den Markt für deine Idee

Schritt 2: Entdecke verschiedene Zielgruppen

Schritt 3: Erwecke deine Zielgruppen zum Leben

Schritt 4: Tritt in Kontakt mit deinen Zielgruppen

Schritt 5: Prüfe deine Annahmen

Schritt 6: Bestimme deine Early Adopters

Schritt 7: Löse ein wahres Problem

- Überlege dir, aus welchen Zielgruppen sich dein Gesamtmarkt zusammensetzt (Schritt 1)
- Unterteile diesen in verschiedene charakteristische Zielgruppen. Du wirst kaum alle potentiellen Kunden den definierten Zielgruppen zuordnen können, es wird kleinere Zielgruppen geben, die der Einfachheit halber unter unbekanntem Rest zusammengefasst werden. Wenn du das Gefühl hast, dass du 80% deiner potentiellen Kunden in den definierten Zielgruppen erfasst hast, reicht das fürs Erste aus (Schritt 2)
- Erstelle danach möglichst lebendige Vertreter jeder Zielgruppe und überprüfe deren Realitätsnähe mittels entsprechenden Interviews (Schritt 3 & 4)
- Dabei kann es sein, dass eine angenommene Zielgruppe falsifiziert wird, das heisst, dass die entsprechende Zielgruppe kein Interesse an deinem Produkt hat. Gleichzeitig kann aber auch eine neue Zielgruppe entstehen, wenn du im Verlauf deiner Interviews ein Muster entdeckst, das du vorher noch nicht auf dem Radar gehabt hast (Schritt 5)
- Die Zielgruppenvertreter mit dem grössten Bedarf nach einer Lösung werden als Early Adopters identifiziert (Schritt 6 & 7)