|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| 1. Kundensegment |

Wer ist deine Zielgruppe?Wer kauft/benutzt das Produkt?Welche Kunden benutzen das Produkt wie oft? |

|  |
| --- |
| 2. Werte Angebot |

Nutzen der Kunden durch dein „Produkt“? Welchen Wert vermittelst du den Kunden?Welches Problem der Kunden löst du? |

|  |
| --- |
| 3. Markenzeichen |

Was ist mein Markenzeichen? Wie machst du dich erkenntlich?Wie schaffst du deinen Wiedererkennungswert?  |

|  |
| --- |
| 4. Kundenbeziehung |

Wie werden Kunden gewonnen?Wie werden Kunden gehalten?Welche Art Bez. erwartet der Kunde? |

|  |
| --- |
| 5. Einnahmequellen |

Wofür zahlen die Kunden?Wie bezahlen die Kunden? |
|

|  |
| --- |
| 6. Ressourcen |

Physische/Menschliche/Finanzielle |

|  |
| --- |
| 7. Schlüsselaktivitäten |

Tätigkeiten damit das Geschäftsmodell funktioniert. Was machen die Mitbewerber nicht?  |

|  |
| --- |
| 8. Marketing Kanäle |

Wie erfährt der Kunde von deinen Aktivitäten? Welche Kanäle sind am besten/effizientesten?Notiere auch die, die bereits sehr gut funktioniert haben?  |

|  |
| --- |
| 9. Kostenstruktur |

Wo sind die wichtigsten Kosten? Kostenschlüsselressourcen beachten z.B. Marketing. |

|  |
| --- |
| 10. Schlüsselpartner |

Guten Symbiosen können massiven Zuwachs bieten.Denke smart, integriere die in deine Ziele!  |
|

|  |
| --- |
| 11. Rechtliches |

Welche Vorteile gibt es in deiner Sparte/in der aktuellen Zeit?Kläre bestehende Markenrechte |

|  |
| --- |
| 12. Ziele |

Welche Ziele hast du?Formuliere sie S.M.A.R.T. |

|  |
| --- |
| 13. Mental Check |

Think outside the Box. Was sind Klassiker wie kannst du sie speziell machen? |

|  |
| --- |
| 14. Sonstiges |

Raum für sonstige Notizen |  |

