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

