

Nutzerprofil von

Beschreibung des Kunden/des Nutzers Alter, Familienstand, Geschlecht, Hobbies, Wohnumfeld, Charakter, Vorlieben, ...
Beziehungen des Kunden/des Nutzers Partnerschaften, soziales Umfeld, Familie, ...
Wer beeinflusst den Kunden/den Nutzer? Freunde, Familie, Kollegen, Medien, ...

Bild/Foto

Was sieht der Kunde/der Nutzer? Welche Angebote erreichen ihn? Wie nimmt er sein Umfeld wahr? ...
Was hört der Kunde/der Nutzer? Informationen, Hinweise, Meinungen, Einschätzungen Dritter, ...
Was denkt und fühlt der Kunde/der Nutzer Gefühle, Sorgen, Hoffnungen, Wünsche ...
Was sagt der Kunde/der Nutzer Worüber spricht er? Was erzählt er anderen? Welche Meinung vertritt er? ...

Lust und Freude Was bereitet dem Kunden/dem Nutzer Freude? Welche Wünsche und Ziele hat er? Anerkennung, Zeitersparnis, Kostenersparnis, ...

Benötigte Lösung Welche Aufgaben/Probleme müssen wir für den Kunden lösen? Emotional, sozial, technisch, finanziell, ...

Frust und Sorgen Was sind die Probleme oder Ängste des Nutzers/des Kunden? Aufwand, Kosten, Risiken, Isolation, ...
--

PARTNER

- Wer sind die Schlüsselpartner?
- Wer sind Schlüssellieferanten?
- Welche Aktivitäten kommen von Partnern?
- Welche Ressourcen kommen von Partnern?
- Wer kann die Leistung verbessern?
- Wer kann Einsparungen ermöglichen?
- Wer unterstützt Zugang zu Ressourcen?
- Wer verringert Risiken?
- ...

AKTIVITÄTEN

- Produktion?
- Problemlösung?
- Plattform?
- Service?
- ...

NUTZEN

- Welches Kundenproblem wird gelöst?
- Welches Leistungspaket eignet sich für welche Kundenart?
- Welche Kundenbedürfnisse werden befriedigt?
- Was ist neu?
- Was bringt dem Kunden Erleichterung?
- ...

KUNDENBEZIEHUNG

- Was möchte der Kunde? (Plattform, persönliche Unterstützung, Community, Anleitungen, ...)
- Welche Beziehungen bestehen bereits?
- Wie passt der Kundenwunsch zum Geschäftsmodell?
- Welche Kosten verursachen die Arten der Kundenbeziehung?
- ...

KUNDENARTEN

- Wer hat welchen Nutzen?
- Wer sind die wichtigsten Kunden?
- Massenmarkt?
- Nischenmarkt?
- Marktsegmente?
- ...

RESSOURCEN

- Welche Schlüssel-Ressourcen werden benötigt?
- Benötigen wir Produktionsmittel?
- Benötigen wir Wissen?
- Benötigen wir Rechte (Patente, Marken, Design, ...)?
- Welche finanziellen Ressourcen benötigen wir?
- ...

KANÄLE

- Über welche Kanäle wollen die Kunden erreicht werden?
- Wie erreichen wir die Kunden derzeit?
- Gibt es Wechselwirkungen zwischen diesen Kanälen?
- Welche Kanäle funktionieren am besten?
- Welche Kanäle sind besonders günstig?
- Wie kommen wir mit Kunden im Rahmen deren Aktivitäten in Kontakt?
- Wie können wir Aufmerksamkeit erzeugen?
- Wie ermöglichen wir dem Kunden den Kauf?
- Wir betreuen wir die Kunden nach dem Kauf?
- ...

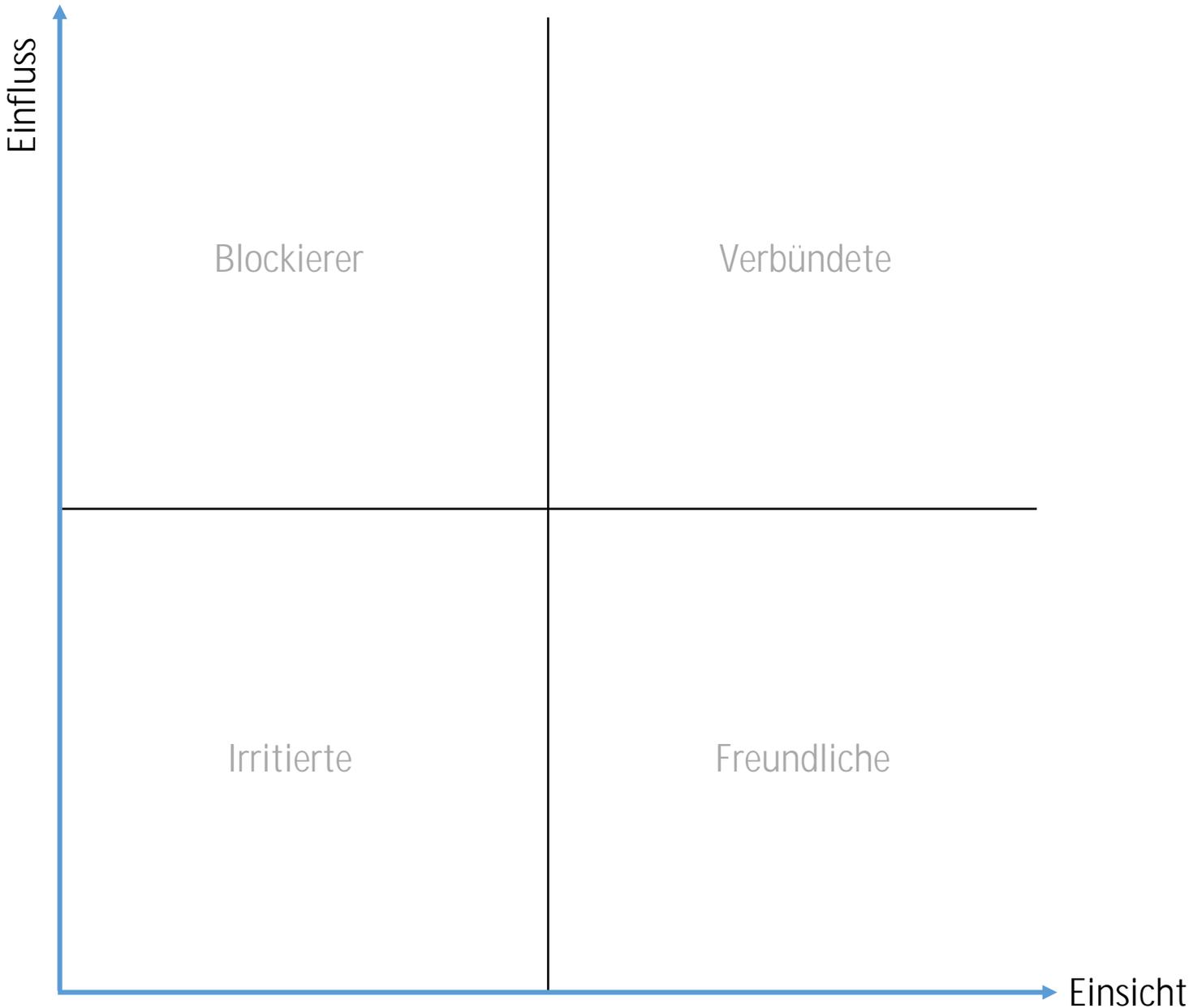
KOSTEN

- Welches sind die wichtigsten Kosten?
- Welche Ressourcen sind besonders kostenintensiv?
- Welche Aktivitäten sind besonders kostenintensiv?
- Wie können Kosten minimiert oder eingespart werden?
- Welche Kosten sind fix, welche variabel?
- ...

EINNAHMEQUELLEN

- Für welchen Nutzen sind Kunden bereit, zu bezahlen?
- Wofür bezahlen Kunden derzeit?
- Wie bezahlen die Kunden?
- Wird mit dem Verkauf Geld verdient?
- Wird mit einer Nutzungsgebühr Geld verdient?
- Wird mit Abos, Verleih, Leasing oder anderweitig Geld verdient?
- Eignen sich eher feste oder eher variable Preise?
- ...

Stakeholder Map zum Vorhaben



Roadmap zum Vorhaben

Zeit/Teilschritt				
Alignment				
Mobilisierung				
Qualifizierung				
FuE/Technologie				
Kommunikation				