

Value Proposition Canvas»

Die «Value Proposition Canvas»

Die Value Proposition Canvas beleuchtet die zwei Komponenten Kundensegmente und Wertversprechen näher. Ziel des Value Proposition Design ist es, sich die Zielgruppe und deren Probleme, Aufgaben und Bedürfnisse systematisch anzusehen und daraus sinnvolle Produkte und Dienstleistungen abzuleiten. In anderen Worten geht es darum Produkte und Dienstleistungen mit Kundenbedürfnissen und -wünschen in Einklang zu bringen. Der Begriff „Value Proposition“ steht für Nutzenversprechen und dafür, welchen Nutzen und Wert ein Unternehmen seinen Kunden durch seine Produkte/Dienstleistungen verspricht.

Produkt/Dienstleistungen (Product/Services)

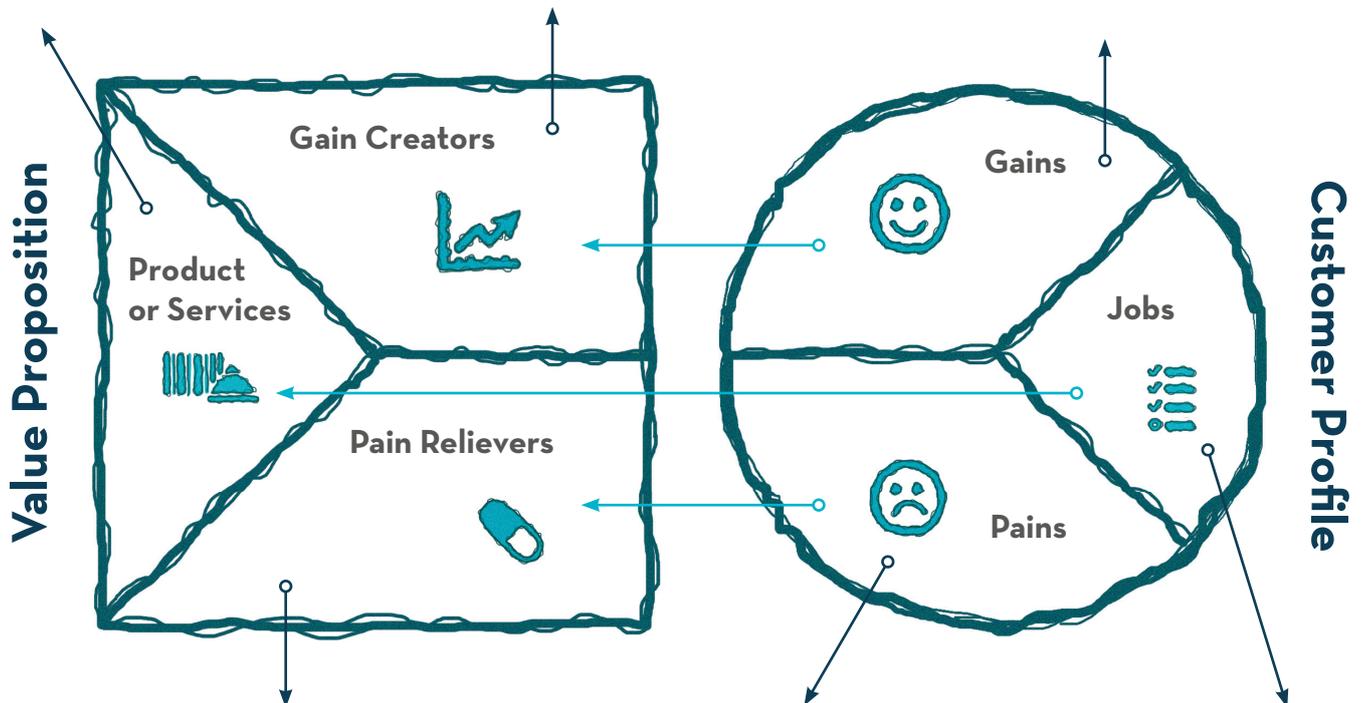
Welche Produkte/Dienstleistungen (DL) werden angeboten und welche Wertversprechen stehen dahinter? Welche Produkte/DL biete ich an, die meinem Kunden helfen, Aufgaben zu erledigen, Grundbedürfnisse zu befriedigen? Welche Produkte/DL helfen meinem Kunden in seiner Rolle als Käufer/Co-Creator/Vermittler?

Nutzenbringer (Gain Creators)

Welche Wertversprechen helfen, den Gewinn des Kunden für den betreffenden „Job“ zu steigern? In welcher Form steigert das den Gewinn? Wie erleichtere ich das Leben des Kunden? Womit und wie erfülle ich Kundenbedürfnisse? Wie kann ich das bieten, was sich Kunden wünschen? Wie kann das Angebot so gestaltet werden, dass es positive Erfahrungen erzeugt?

Nutzen/Gewinn (Gains)

Wo möchte sich der Kunde etwas ersparen (Zeit, Geld, Aufwand, Arbeit)? Was kann die Lösung eines Kundenproblems erleichtern? Wonach sucht der Kunde? Wovon träumt er? Was liebt der Kunde an bestehenden Lösungen? Welche Ergebnisse sollen erreicht werden? Was würde dem Kunden das Leben erleichtern? Was ist für ihn wertvoll? Was würde der Kunde tun, wenn er zaubern könnte?



Problemlöser (Pain Relievers)

Welche Wertversprechen helfen, den Verlust/Frust des Kunden zu verringern? Wie/in welcher Form können die Probleme des Kunden gelöst werden? Wie können Hindernisse überwunden werden? Wie können Risiken minimiert werden? Wie setze ich den Schwierigkeiten/Herausforderungen des Kunden ein Ende? Wie werden negative Konsequenzen für den Kunden vermieden? Wie und womit liefere ich eine bessere Lösung als etablierte Anbieter?

Probleme (Pains)

Was verursacht dem Kunden die meisten Kopfschmerzen? Was hasst er? Was hält den Kunden ab etwas zu tun; was behindert ihn? Was empfindet der Kunde als zu kostspielig? Was sind die Hauptschwierigkeiten & -herausforderungen, denen der Kunde begegnet? Wo bleiben bestehende Lösungen hinter den Erwartungen? Was führt dazu, dass sich der Kunde schlecht fühlt? Welche Risiken fürchtet der Kunde?

Kundenaufgaben (Jobs)

Welche Aufgaben (funktional; sozial) sollen/müssen vom Kunden erledigt werden? Was möchte der Kunde eigentlich erreichen? Welche Probleme versucht er zu lösen? Mit welchem Ziel im Hinterkopf wird ein Produkt/eine Dienstleistung genutzt? Welche Tätigkeiten führt der Kunde täglich aus?