

# Kunden gewinnen, Märkte erschließen – Marketing und Vertrieb für StartUps

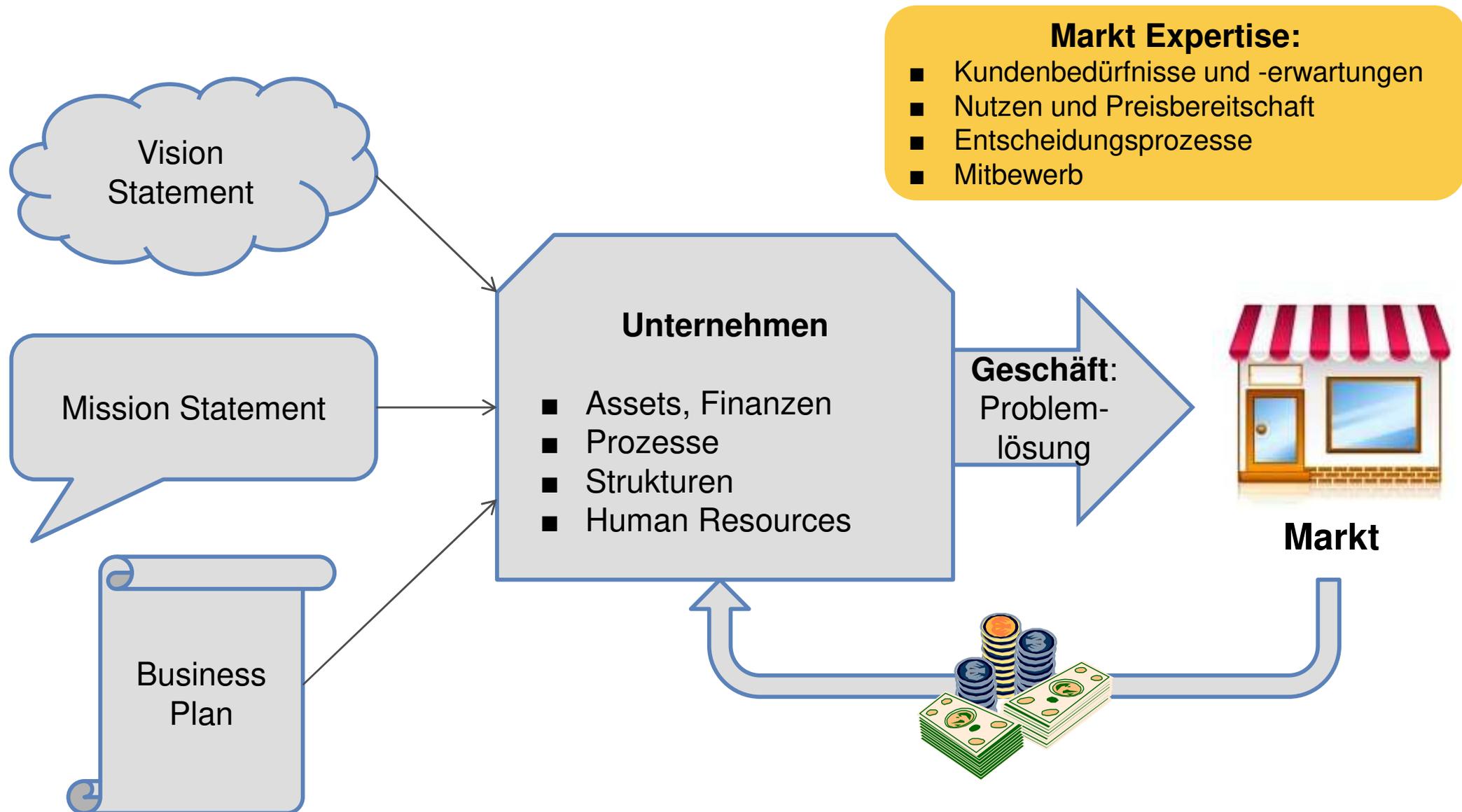
Jade Startup Tag, Wilhelmshaven, 24. November 2019



Institut für Unternehmensgründung  
und Innovation

in der JADEHOCHSCHULE  
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth

Prof. Dr.-Ing. Horst Kiel



Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

Marketing und Vertrieb

## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Vision Statement:  
Ich möchte den Straßenverkehr  
sicherer machen



# Die Vision wird zur Mission

Vision Statement:  
Ich möchte den Straßenverkehr  
sicherer machen



## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

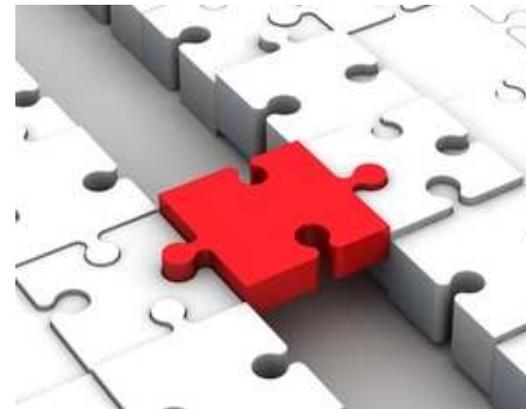


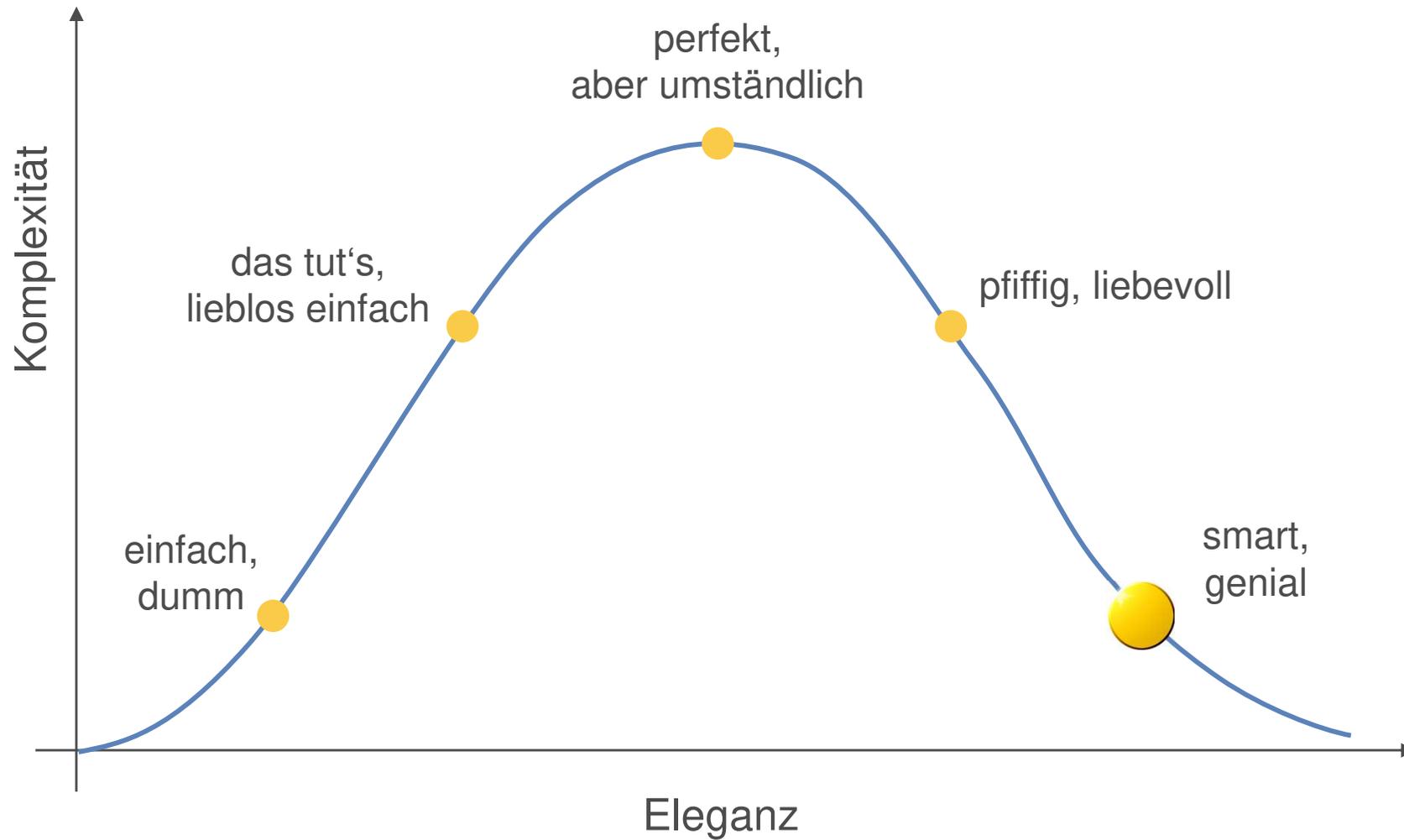
Was könnte man von einer innovativen Fahrradklingel erwarten:

- Was fehlt heute
- Welche Funktionen
- Welches Design
- Welche Handhabung
- Was wäre schick, trendy, cool



# Von der Idee zur genialen Lösung





## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

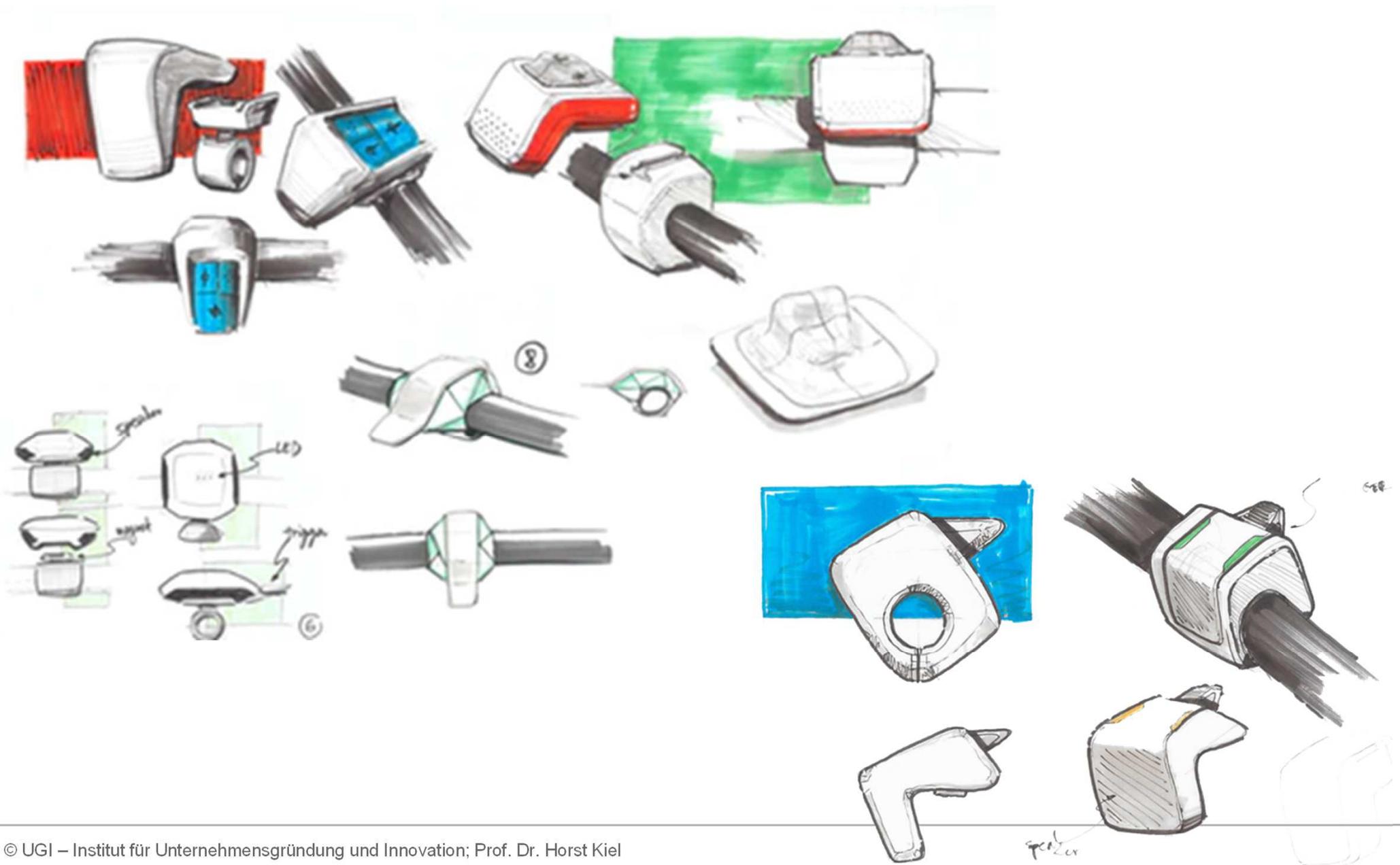
## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„Verkaufe“ die Idee und hole Dir feedback:  
trifft sie die Erwartungen, wer wäre bereit, dafür Geld zu bezahlen,  
wer wäre bereit, als Investor einzusteigen

# Visualisierung der innovativen Idee



# Visualisierung, Exploration



Institut für Unternehmensgründung und Innovation

in der JADEHOCHSCHULE  
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth



## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

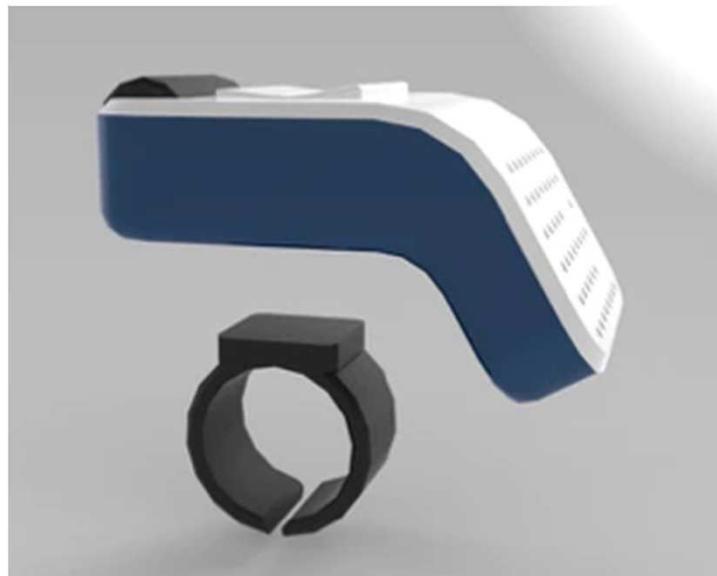
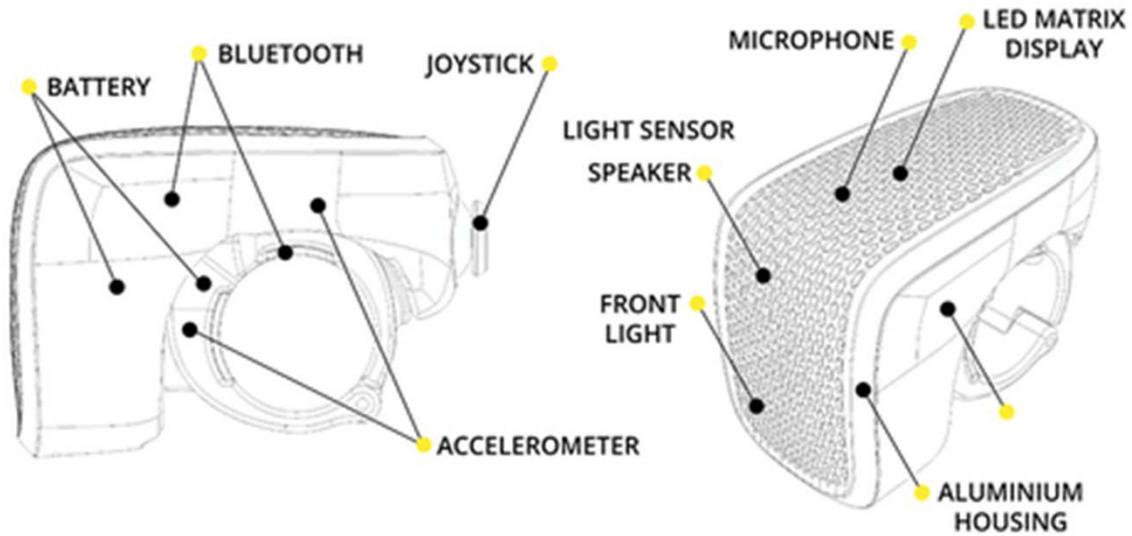
Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

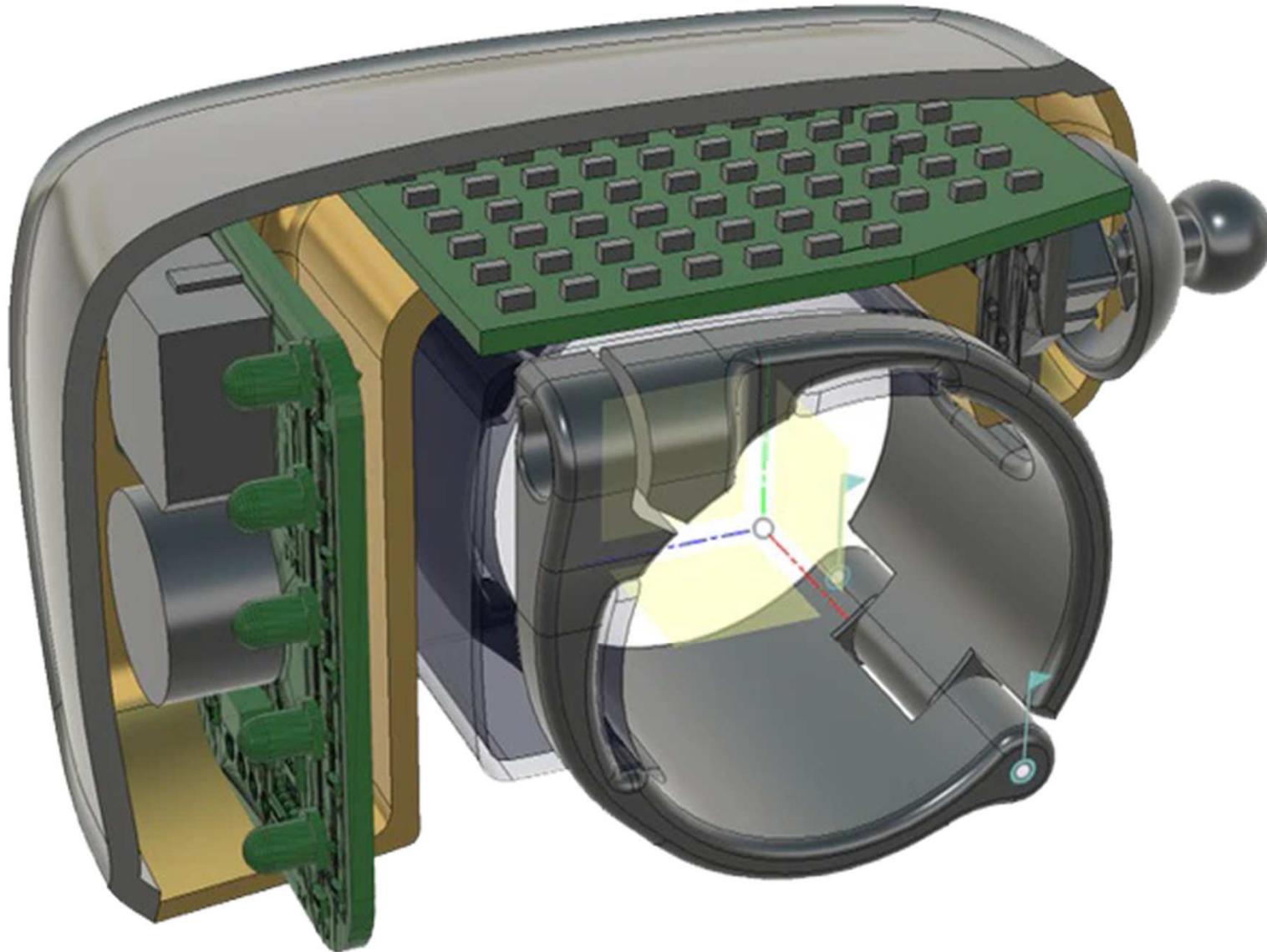
Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„Verkaufe“ die Idee und hole Dir feedback:  
trifft sie die Erwartungen, wer wäre bereit, dafür Geld zu bezahlen,  
wer wäre bereit, als Investor einzusteigen

Wird das Problem damit gelöst, wie kann die Lösung optimiert werden,  
stimmen Design und Handhabung

# Prototyping: Designstudie







# Prototyping: das fertige Produkt



Institut für Unternehmensgründung  
und Innovation

in der **JADE**HOCHSCHULE  
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth



Quelle: [https://www.kickstarter.com/projects/dnlfls/shoka-bell-the-ultimate-city-cycling-tool?ref=home\\_featured](https://www.kickstarter.com/projects/dnlfls/shoka-bell-the-ultimate-city-cycling-tool?ref=home_featured)

## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„Verkaufe“ die Idee und hole Dir feedback:  
trifft sie die Erwartungen, wer wäre bereit, dafür Geld zu bezahlen,  
wer wäre bereit, als Investor einzusteigen

Wird das Problem damit gelöst, wie kann die Lösung optimiert werden,  
stimmen Design und Handhabung

Was empfindet der Kunden als seinen Nutzen, was ist es dem Kunden wert,  
wer ist bereit, mehr dafür zu bezahlen

# Wie erziele ich den optimalen Preis?

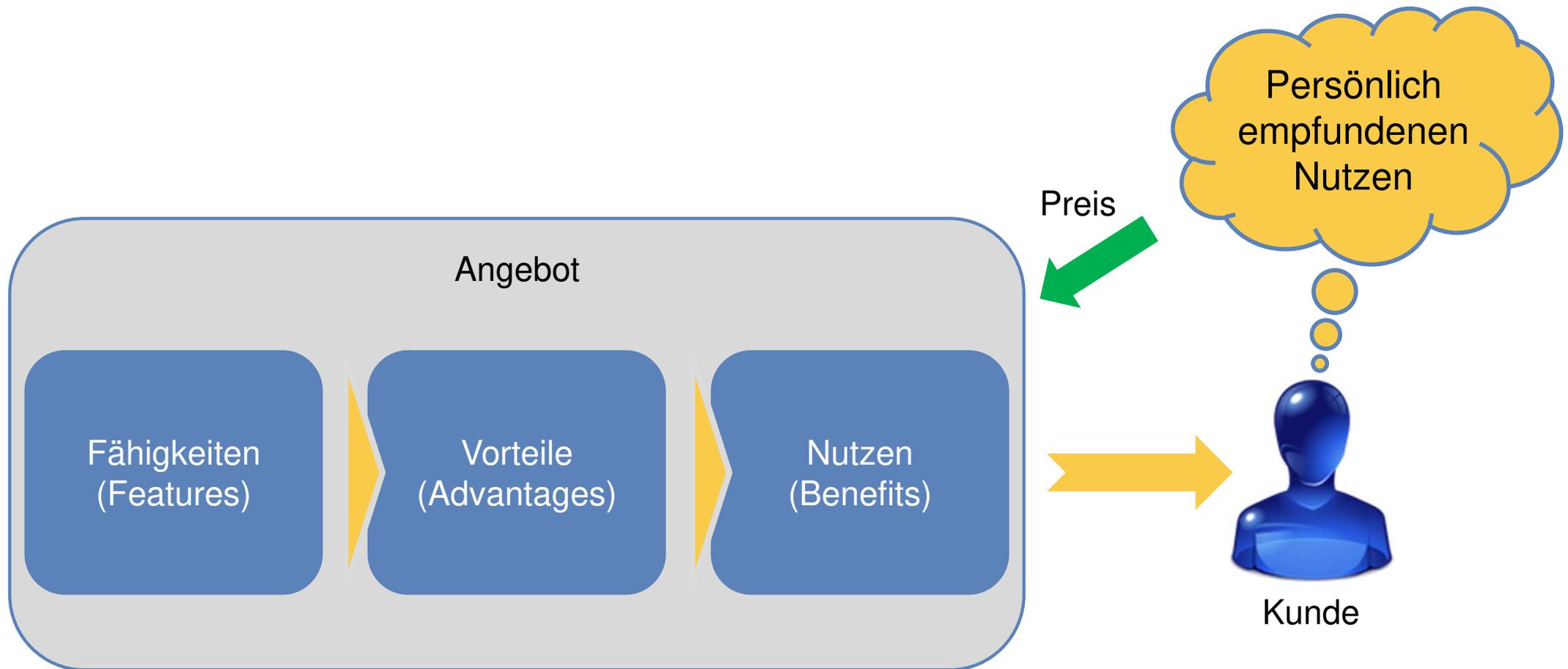


Institut für Unternehmensgründung  
und Innovation

in der JADEHOCHSCHULE  
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth



# Preisbereitschaft wird alleine bestimmt durch den empfundenen Nutzen



- Wie komme ich an die wichtigsten Informationen
- Was ist es dem Kunden wert
- Wer ist bereit, mehr dafür zu bezahlen
- An welchen Angeboten kann ich mich messen, vergleichen
- Mit welcher Preisstrategie kann ich meine Geschäftsziele erreichen
- Wie sieht meine Angebotsstruktur aus (Grundmodelle, Varianten, Optionen)
- Welche Aufpreisstrategie
- Wie ist Preisverfall vermeidbar (z.B. durch Marken-Marketing)



## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„Verkaufe“ die Idee und hole Dir feedback:  
trifft sie die Erwartungen, wer wäre bereit, dafür Geld zu bezahlen,  
wer wäre bereit, als Investor einzusteigen

Wird das Problem damit gelöst, wie kann die Lösung optimiert werden,  
stimmen Design und Handhabung

Was empfindet der Kunden als seinen Nutzen, was ist es dem Kunden wert,  
wer ist bereit, mehr dafür zu bezahlen

Wer sind die ersten Anwender, was überzeugt sie, was kann ich von ihnen  
lernen, mit welcher überzeugenden Botschaft sollte ich werben und verkaufen

## All in ONE Device

BELL



NAVIGATION



FRONT LIGHT



THEFT/MOTION  
ALERT



200 HOUR  
BATTERY LIFE



AND  
MUCH MORE



## Projektphasen des StartUp's

Vision und Mission

Entwicklung der Geschäftsidee

Visualisierung

Prototyping

Preisstrategie

Erster Marktzugang

Systematische  
Markterschließung

## Marketing und Vertrieb

Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,  
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„Verkaufe“ die Idee und hole Dir feedback:  
trifft sie die Erwartungen, wer wäre bereit, dafür Geld zu bezahlen,  
wer wäre bereit, als Investor einzusteigen

Wird das Problem damit gelöst, wie kann die Lösung optimiert werden,  
stimmen Design und Handhabung

Was empfindet der Kunden als seinen Nutzen, was ist es dem Kunden wert,  
wer ist bereit, mehr dafür zu bezahlen

Wer sind die ersten Anwender, was überzeugt sie, was kann ich von ihnen  
lernen, mit welcher überzeugenden Botschaft sollte ich werben und verkaufen

Welches sind die für mich wichtigen Marktsegmente,  
wer hat heute schon den Zugang zu ihnen, welche Partner sind für mich wichtig

# Wichtige Marktsegmente



Institut für Unternehmensgründung  
und Innovation

in der JADEHOCHSCHULE  
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth



Profisportler



Freizeitradler



Fahrradkuriere

A red pushpin is pinned to the top right corner of the white rectangular box.

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:  
Prof. Dr.-Ing. Horst Kiel  
kiel@jade-hs.de