

Kunden gewinnen, Märkte erschließen – Marketing und Vertrieb für StartUps

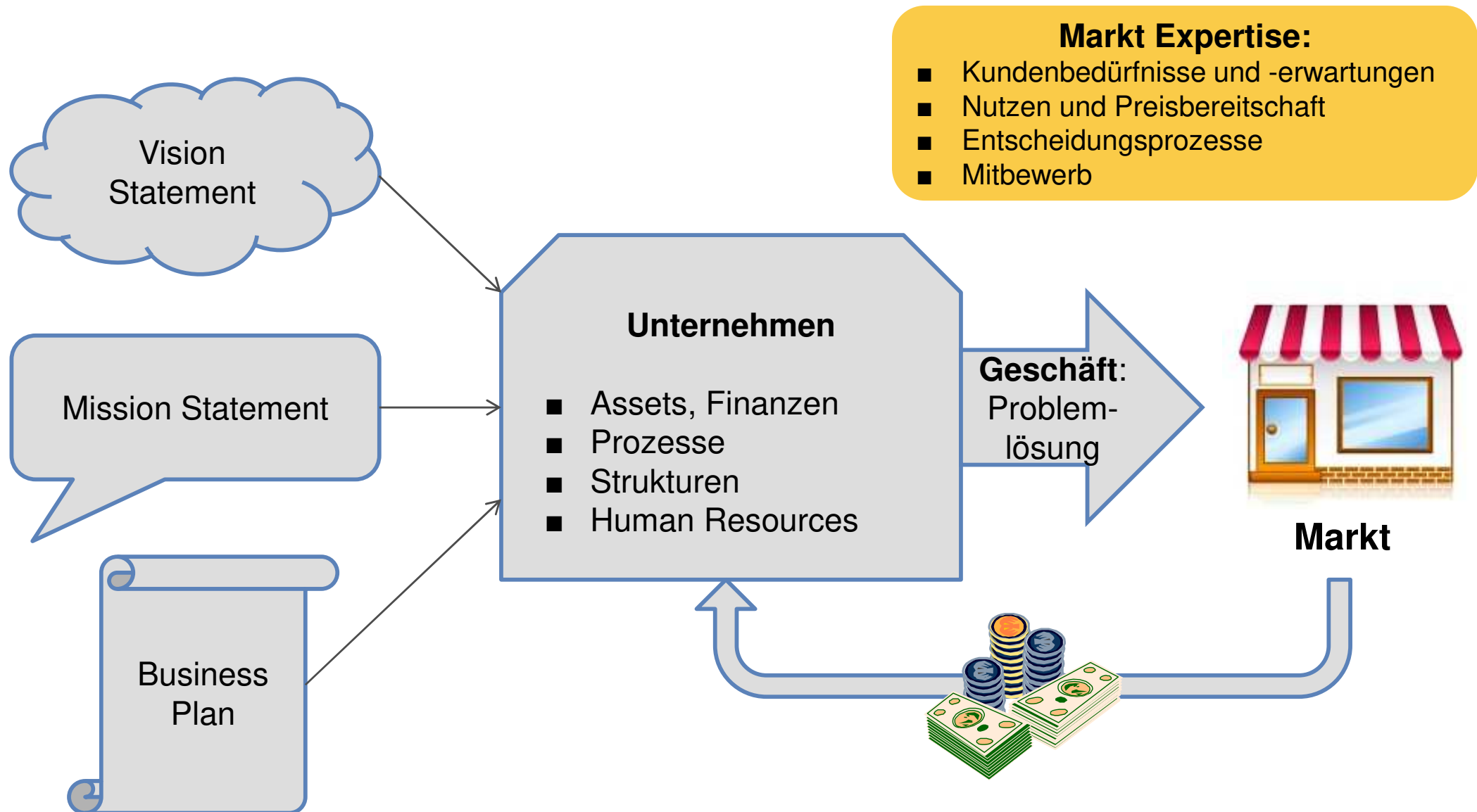
Jade Startup Tag, Wilhelmshaven, 24. November 2019



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

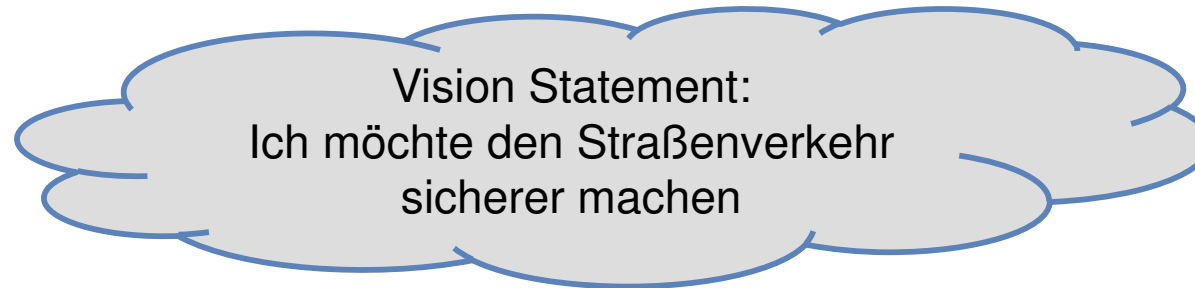
Systematische
Markterschließung

Marketing und Vertrieb

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

Vision Statement:
Ich möchte den Straßenverkehr
sicherer machen





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



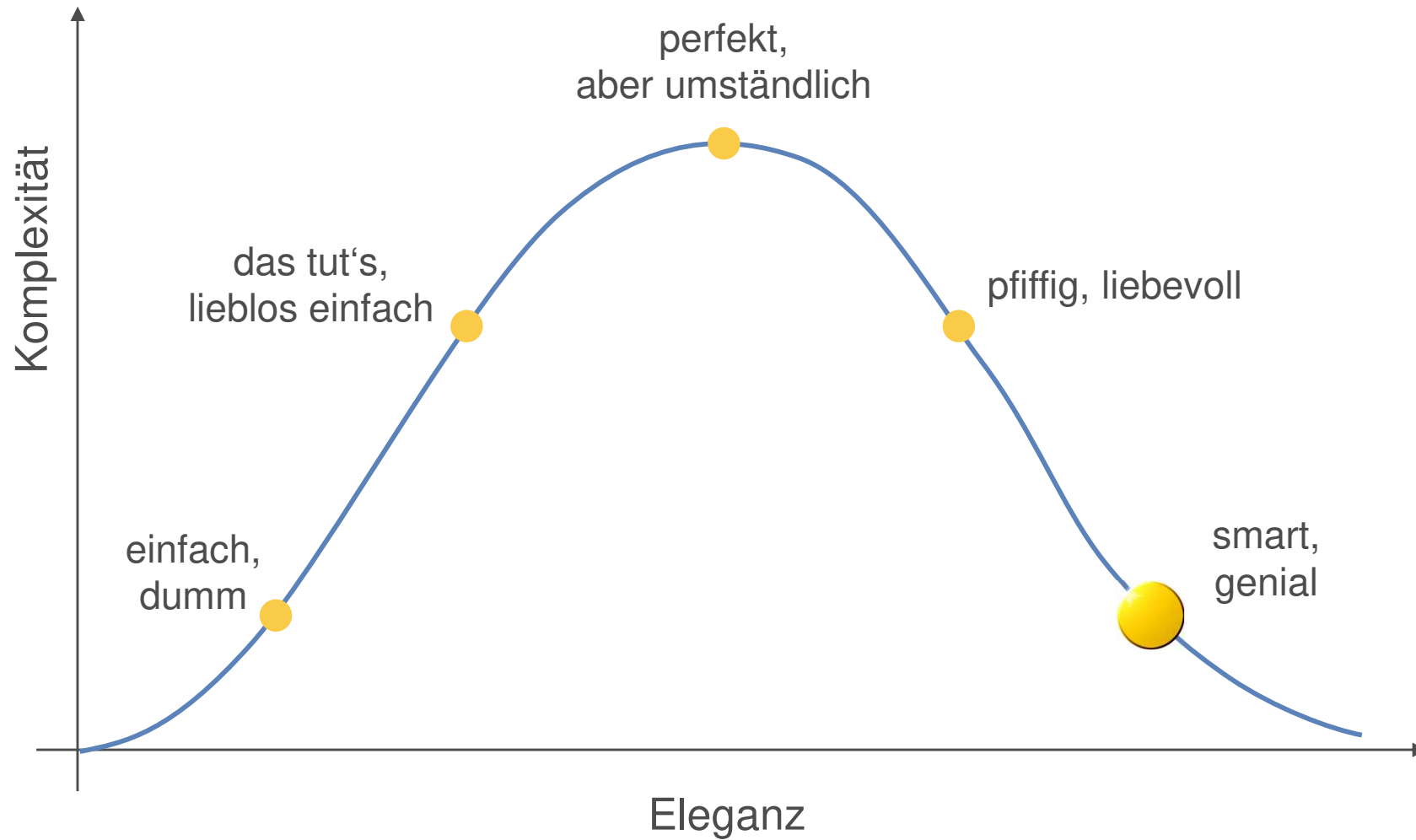
Was könnte man von einer innovativen Fahrradklingel erwarten:

- 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

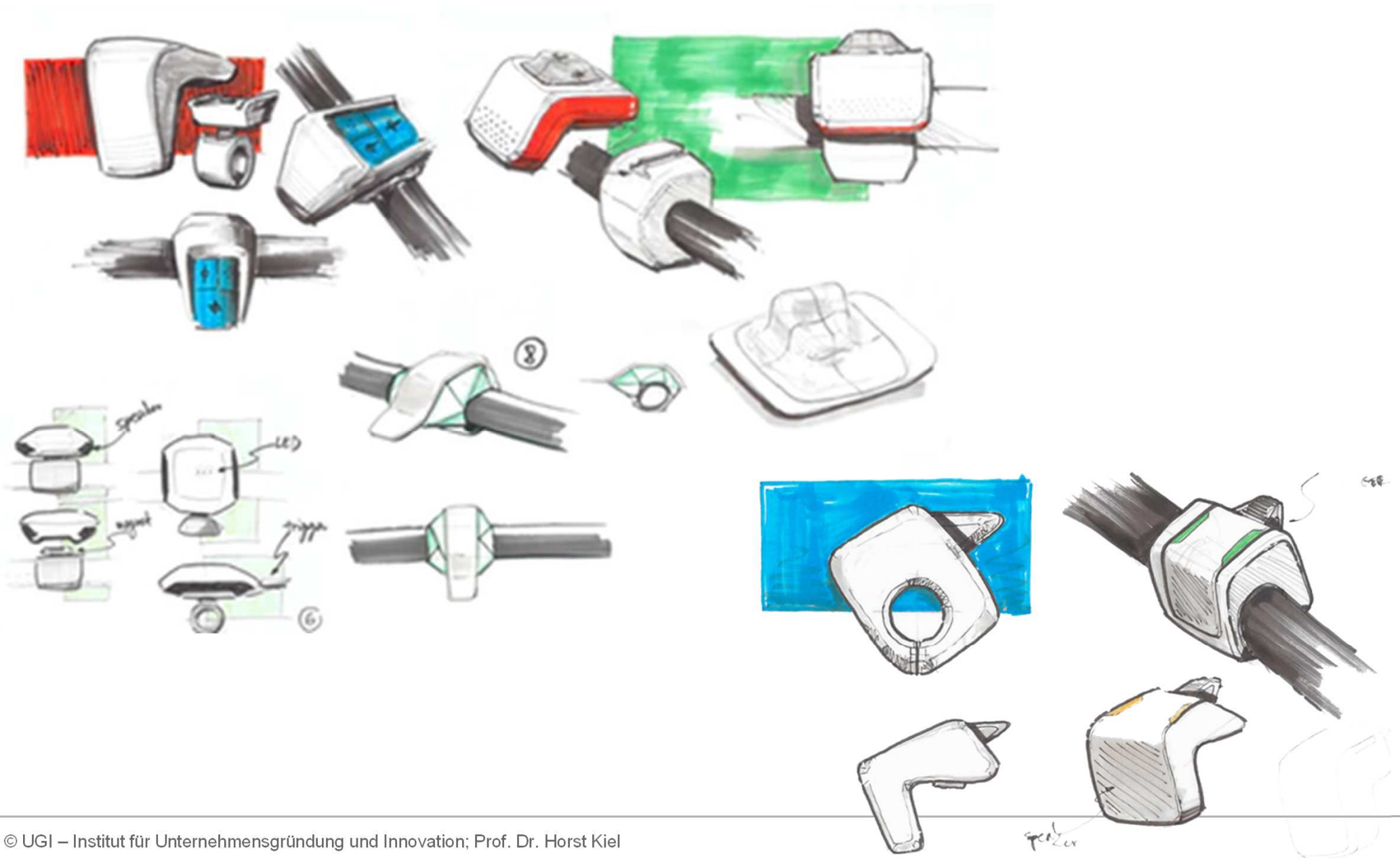
Marketing und Vertrieb

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

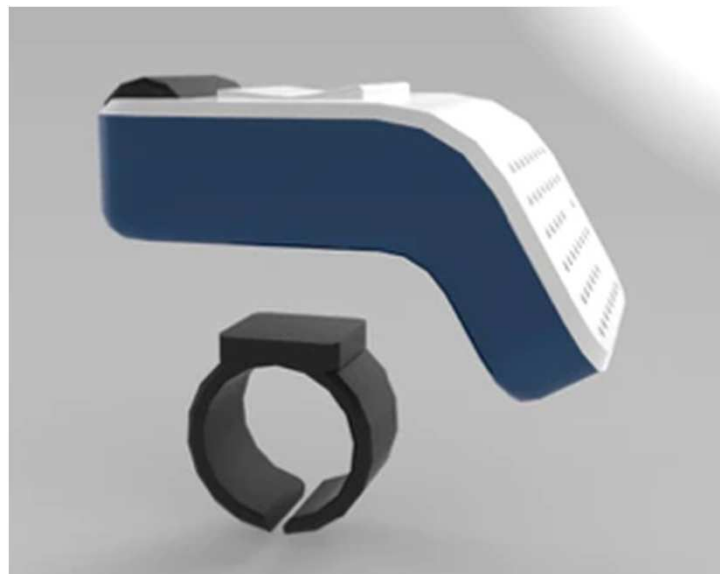
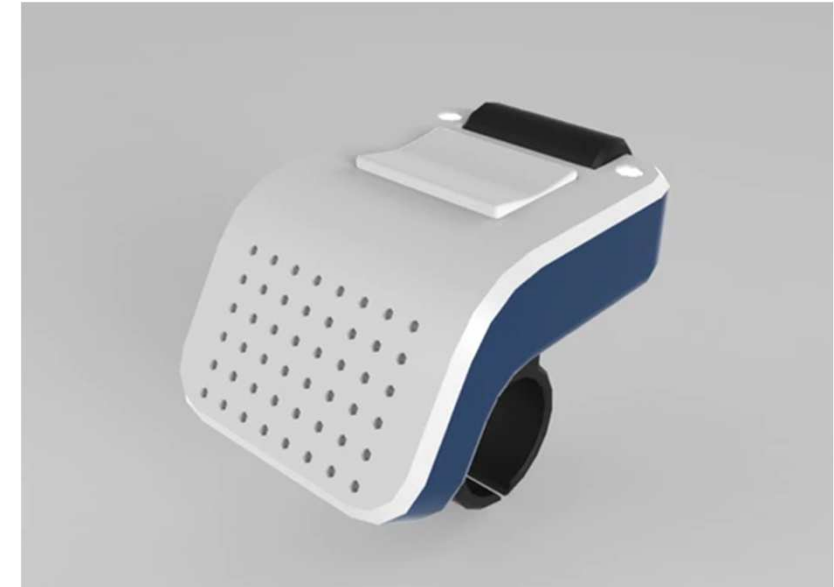
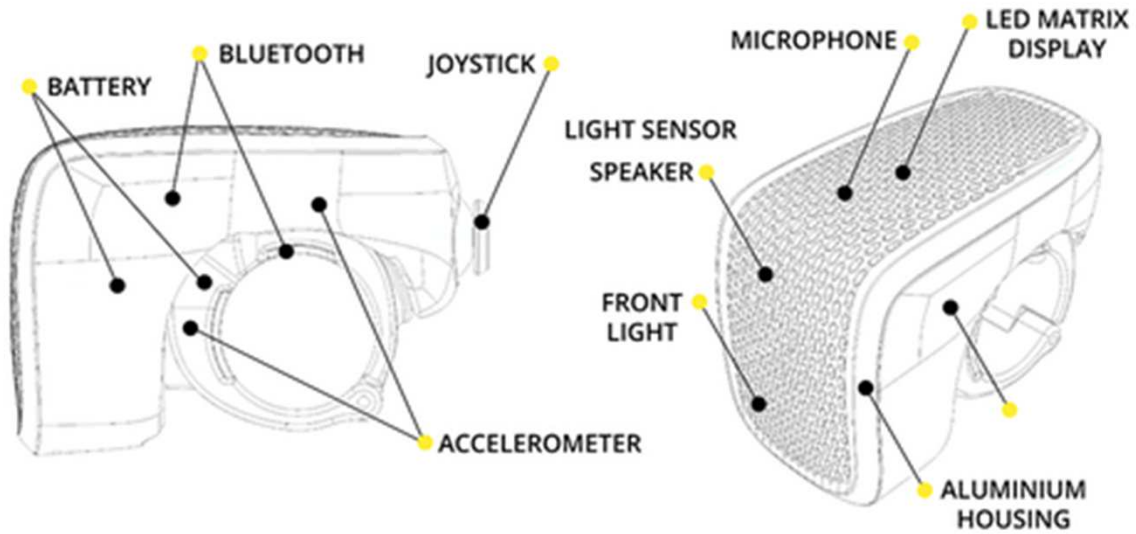
Was ist meine Vision, für wen will ich ein Problem lösen

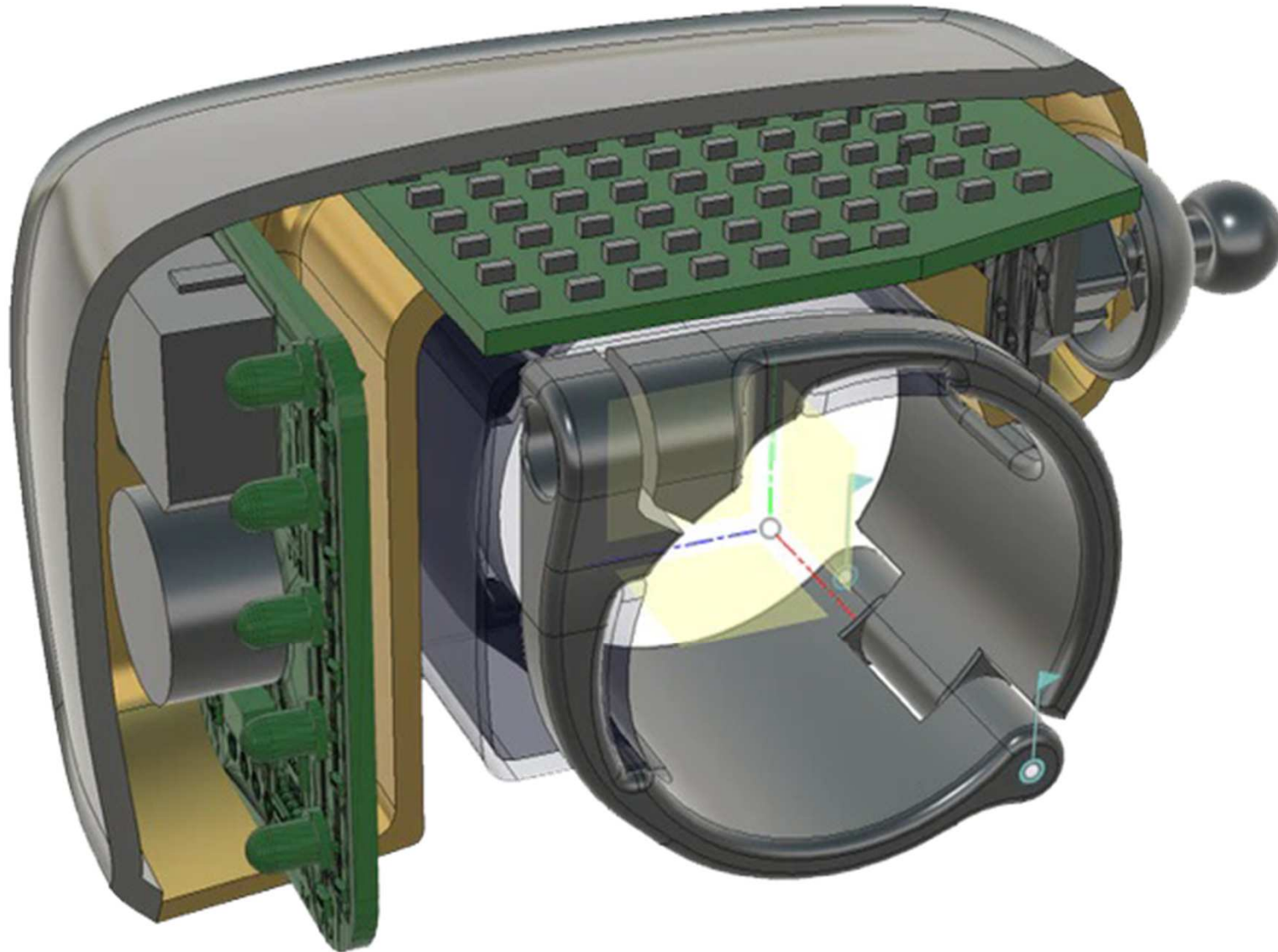
Was wünscht sich mein Kunde, was erwartet er/sie,
Was könnte mein Wertbeitrag sein

„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

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

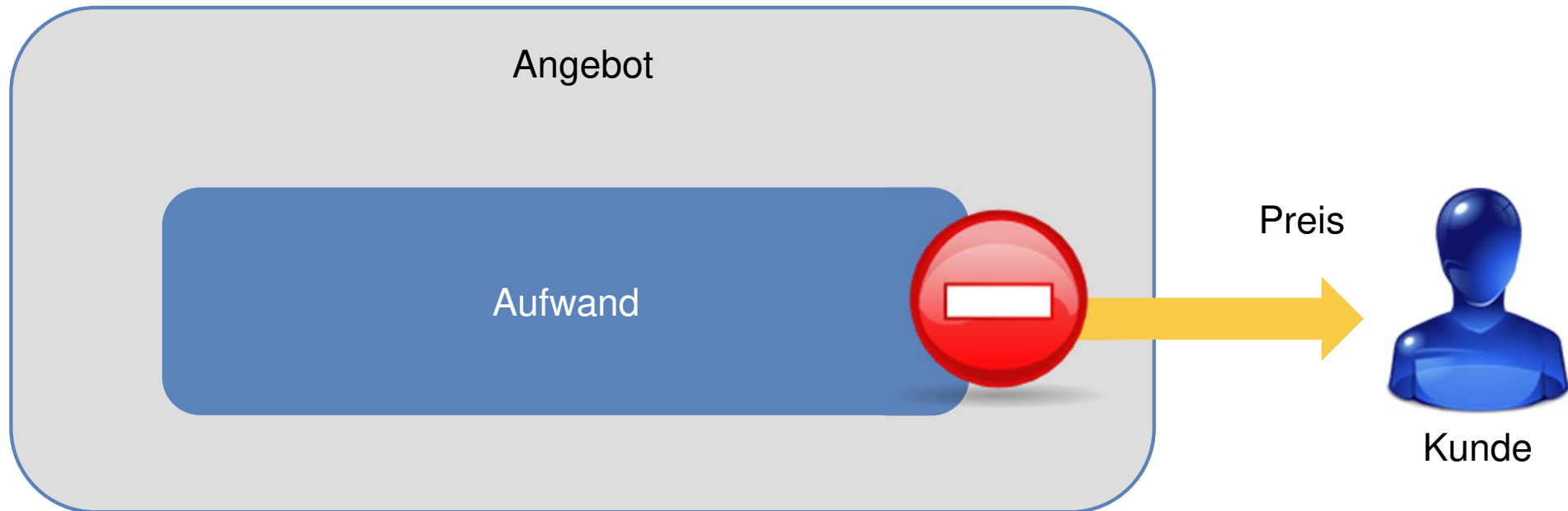
Was empfindet der Kunden als seinen Nutzen, was ist es dem Kunden wert,
wer ist bereit, mehr dafür zu bezahlen

Wie erziele ich den optimalen Preis?

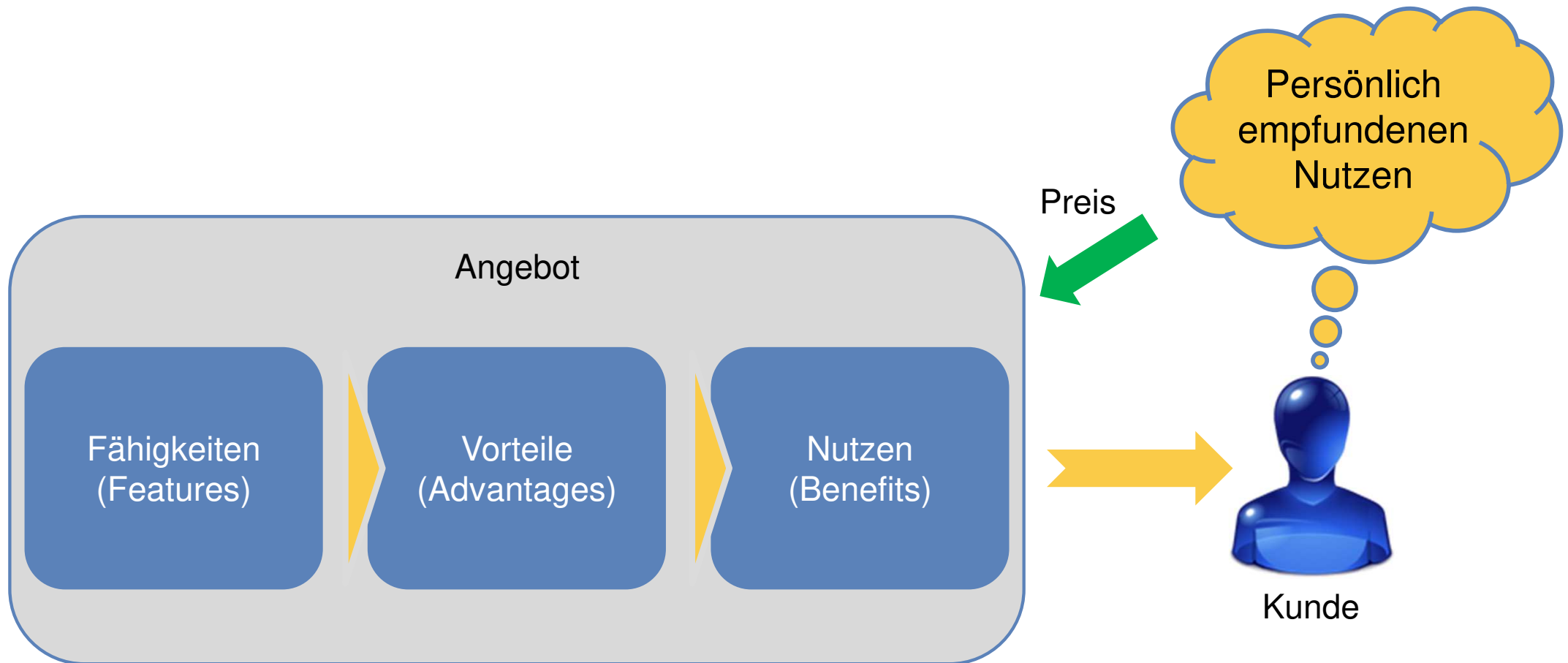


Institut für Unternehmensgründung
und Innovation

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