



Self-Assessment zum **Geschäftsausbau**

In vielen Unternehmen gehört die Markteinführung eines neuen Produkts oder der Eintritt in einen neuen Markt nicht zum täglichen Geschäft, für das es ausreichend Kapazitäten mit adäquatem Know-how gibt.

Im fünften Innovationsbrief ermöglichen wir Ihnen, mit Hilfe unseres kleinen Self-Assessments Ihre konkrete Situation im Geschäftsausbau zu beleuchten – oder auch gemeinsam mit Schlüsselspielern in Ihrem Unternehmen objektiviert zu beurteilen.

Der Innovendo-Check

Der Innovendo-Check wurde von uns entwickelt, um bei Neu-Kunden einen ersten raschen Überblick über die Situation zu erlangen. Das machen wir in der Regel nach einem intensiven Erstgespräch intern.

Da er uns oft gute Dienste geleistet hat und wir ihn über die Jahre optimiert haben, stellen wir Ihnen diesen Check jetzt für ein Self-Assessment zur Verfügung.

Kreuzen Sie bitte die jeweils zutreffenden Antworten auf die 14 Fragen an: *Nicht wirklich* (nein), *teilweise* (tw.) oder *ganz sicher* (ja).

Und noch etwas, bevor Sie loslegen: Die Fragen sind zwar bewusst einfach formuliert und verlocken zum schnellen Ankreuzen (ja – ja – ja – tw. – ja...:) – das Ergebnis wird jedoch valider, wenn Sie sich jeweils überlegen, wodurch bzw. wie die Antwort zu begründen ist. Exemplarisch haben wir ein paar solcher Begründungsfragen in Klammern mitgegeben – je mehr Sie selbst dazugeben, umso besser ist die Qualität des Ergebnisses.

Frage	nein	tw.	ja
1. Ihr Produkt löst ein wichtiges Kundenproblem oder bietet Ihren Kunden einen klaren Wettbewerbsvorteil (Warum ist das Kundenproblem wichtig? Wie sehen die Wettbewerbsvorteile aus Kundensicht aus?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sie können den Kundennutzen durch Referenzen, Case-Stories, ROI-Rechnungen und ähnliches nachweislich belegen (Welche? Wie viele? Wie aussagekräftig für den geplanten Launch?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Sie können den Kunden eine komplette Lösung für die gestellte Aufgabe anbieten – einschließlich entsprechender Services (Was beinhaltet die Lösung? Welche Services sind geplant?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sie wissen genau, für welche Marktsegmente (Kundengruppen) Ihr Produkt einen echten Nutzen bringt (Wie sieht die Gegenüberstellung Nutzen vs. Marktsegmente aus?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- | | | | | |
|-----|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 5. | Sie kennen die Eintrittsbarrieren in Ihre Zielmärkte und haben ein Erfolg versprechendes Konzept, wie Sie diese umschiffen (Welche Gegenmaßnahmen haben Sie für welche Barrieren vorgesehen?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. | Sie wissen, gegen welche anderen Lösungen Sie in den gewählten Zielsegmenten antreten und kennen deren Stärken und Schwächen (Welche Hauptmitbewerber haben welche Schwächen/ Stärken in Bezug auf Ihr konkretes Angebot?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. | Sie sind sich sicher, welche Entscheidungsträger Sie bei Ihren Zielkunden überzeugen müssen (Wen müssen Sie gewinnen? Wer sind die Gatekeeper?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. | Sie wissen, welche Faktoren Ihre Kunden eventuell von einem Kauf Ihres Produktes abhalten könnten (Welche? Wie lassen sie sich umgehen?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. | Sie wissen genau, mit welchen Botschaften Sie Ihre Kunden zum Kauf Ihres Produktes motivieren können (Wie sieht Ihr USP aus? Welches sind die wichtigsten Argumente und Botschaften?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. | Sie haben eine klare Vorstellung, wie diese Botschaften zu Ihren (potenziellen) Kunden transportiert werden sollen (Wie sieht Ihr Kommunikationskonzept aus? Wie groß ist das Budget dafür? Wie sieht der Zeitplan aus?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. | Sie haben ein dem Kundennutzen angemessenes Preismodell entwickelt, das im Wettbewerb bestehen kann (Wie ist die Kosten-/Nutzenrelation im Vergleich zu den Hauptmitbewerbern?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. | Sie wissen genau, über welche Vertriebswege Ihr Produkt die Kunden erreichen soll (Wie sieht Ihr Vertriebskonzept aus? Welche Vertriebsunterstützung gibt es? Welche Verkaufsschulungen?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. | Sie haben geeignete Vertriebswege bereits etabliert (Wie sieht das auf Ihr neues Angebot geschulte Verkäufer- oder Partnernetz aus? Wie Ihr Online-Angebot?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. | Sie haben einen Erfolg versprechenden Plan für den Markteintritt und ausreichend geeignete Ressourcen für dessen Umsetzung zur Verfügung (Wer leitet das Markteinführungsprojekt mit welchen Budget-, Zeit- und Controllingvorgaben? Wie realistisch sind diese?) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Zählen Sie die angekreuzten Antworten in den drei Spalten

Multiplizieren sie die Anzahl mit	x 0	x 1	x 2
-----------------------------------	------------	------------	------------

= Ergebnis pro Spalte	0	_____	_____
-----------------------	----------	-------	-------

Zählen Sie die Ergebnisse zusammen



Auswertung

24-28 Punkte

Gratulation, Sie haben die Vermarktung Ihrer technologiebasierten Innovation (Produkte) voll im Griff! Es gibt nur einen Grund, sich mit Innovendo an einen Tisch zu setzen: Wir würden gerne sehen, was wir von Ihnen lernen können.

19-23 Punkte

Kompliment, Sie gehören eindeutig zu den Unternehmen, für die markt- und kundenorientiertes Denken kein Fremdwort ist. Sie haben Ihre Hausaufgaben in fast allen Bereichen gemacht und sind gut gerüstet für Ihr Vorhaben. Sollten Sie trotzdem an einer externen Sicht auf Ihre diesbezüglichen Aktivitäten interessiert sein, freuen wir uns über Ihren Anruf für ein unverbindliches Gespräch.

18-22 Punkte

Sie machen sich eine ganze Menge Gedanken über die Vermarktung Ihrer Innovation. Das eine oder andere Thema scheint allerdings noch wenig Beachtung gefunden zu haben. Sollten Sie für Ihren geplanten Launch zusätzliche Kapazitäten benötigen, freuen wir uns auf ein unverbindliches Gespräch.

13-17 Punkte

Marketingaspekte haben in Ihrem Unternehmen zwar einen gewissen Stellenwert, es scheint aber ein durchgängiges Konzept zu fehlen oder das vorhandene Konzept nicht alle relevanten Bereiche abzudecken. Um Ihre Chancen für einen Markterfolg zu steigern, würden wir Ihnen empfehlen, sich mit uns bezüglich eines unverbindlichen Gesprächs in Verbindung zu setzen.

0-12 Punkte

Sie haben sich bis jetzt noch wenig Gedanken für eine Erfolg versprechende Vermarktung Ihrer Innovation gemacht. Um Ihre Chancen zu wahren, würden wir Ihnen dringend ans Herz legen, sich intensiv mit der Materie auseinanderzusetzen. Sollten Sie dazu Unterstützung benötigen, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Zufrieden?

So ein kleines Self-Assessment kann naturgemäß nur ein paar Anhaltspunkte liefern und helfen, Ihr Gefühl in Bezug auf Ihre Aktivitäten etwas zu objektivieren.

Wenn Sie mit dem Ergebnis nicht ganz zufrieden sind oder Anregungen für unseren Fragebogen haben, setzen Sie sich doch einfach mit uns in Verbindung!

Wir freuen uns!

Innovendo e.U.
Michael-Bernhard-Gasse 10
A-1120 Wien

Mob.: +43.664.9100205
Tel.: +43.1.8938810-72
Fax: +43.1.8938810-3700

office@innovendo.net
www.innovendo.net

Dipl.-Ing. Uli Waibel
Geschäftsführer

