

<p>1 Problem Die 3 größten Probleme der Kunden</p> <p>Existierende Alternativen: Wie werden diese Probleme derzeit gelöst?</p>	<p>4 Lösung Die 3 wichtigsten Bestandteile</p>	<p>3 Alleinstellungsmerkmal Was macht das eigene Angebot anders und besser?</p>	<p>5 Unfairer Vorteil Was können andere nicht kopieren?</p>	<p>2 Kundensegmente Zielgruppen und typische Anwender</p> <p>Early Adopter: Wer sind die ersten Tester und Anwender?</p>
<p>7 Kostenstruktur Fixe und variable Kosten für Wareneinkauf, Mitarbeiter, Vertrieb, Marketing, ...</p>	<p>8 Kennzahlen Messbare Werte für die Erfolgskontrolle</p>		<p>9 Kanäle Wo werden potenzielle Kunden erreicht?</p>	

Produkt ← → Markt