

Der Weg und das Ziel.

1 Ideenregen

Haben Sie ausreichend gute Ideen als Grundlage für neue Produkte oder Dienstleistungen?

2 Ozean der Verzettelung

Haben Sie ein System, um aus den vorliegenden Ideen die besten auszuwählen?

3 Flussmündung der Priorisierung

Haben Sie einen Projektplan mit Prioritäten für die Ideenumsetzung und Vermarktung?

4 Meerenge der Segmentierung

Sind die Marktsegmente definiert und die Zielgruppen eindeutig ausgewählt?

5 Gebirge der unnötigen Funktionen

Hat Ihre Innovation genau jene Funktionen, die der Kunde nachfragt?

6 Pfad des Kundennutzens

Erhält der Kunde durch Ihre Innovation genau jenen Nutzen, den er sich erwartet?

7 Sumpf der Herstellkosten Dunkler Wald der Kalkulation

Ist das Produkt/die Dienstleistung mit ausreichender Gewinnmarge richtig kalkuliert?

8 Geheimer Weg der Preismodelle

Kaufanreize durch gezielte Preisvarianten
Bieten Sie aus der Sicht des Kunden ein attraktiveres Preis-Leistungs-Verhältnis und intelligentere Preismodelle als der Wettbewerb?

9 Fallstricke des Mitbewerbs

Kennen Sie die Mitbewerber für Ihr neues Angebot?

10 Reißender Fluss des Marktzugangs

Haben Sie für Ihr neues Leistungsangebot die optimalen Vertriebswege festgelegt?

11 Das Vertriebskrokodil

Ist die interne Vertriebsorganisation klar strukturiert und mit ausreichenden Ressourcen ausgestattet?

12 Steilkurve der Pilotkunde

Gibt es einen Pilotkunden, der sowohl als Testkunde als auch als Referenz zur Verfügung steht?

13 Schlucht der Pilotkunden, Qualität und Absatzmenge

Gelingt es, die Erfahrungen beim Pilotkunden auf die laufende Produktion bzw. Erbringung der Dienstleistung zu übertragen?

14 Brücke der Vertriebspartner

Sind Vertriebspartnerschaften abgeschlossen und die Aufgaben klar?

15 GPS der Marke

Gibt es einen klaren Weg, wie Ihre Innovation zu einer starken Marke wird?

16 Labyrinth der Werbung

Sind die Kommunikationskanäle festgelegt, über die die Zielgruppen erreicht werden?

17 Feuerlooping des Budgets

Sind die Kommunikationsmaßnahmen und -kosten geplant?

18 Highway der Umsetzung

Sind Sie, Ihre Mitarbeiter und Kooperationspartner auf die Ideenumsetzung fokussiert und stehen allen die erforderlichen zeitlichen und finanziellen Mittel zur Verfügung?

19 Pleitegeier des Controllings

Gibt es einen Markteinführungsplan mit Meilensteinen, Zielvorgaben und einem Verantwortlichen im Unternehmen, der die Steuerung und Erfolgsmessung übernimmt?

Bitte ausfüllen 

	Anzahl	Datum
Selbsteinschätzung	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	_____
Berater	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	_____
Fortschritt	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	_____