

Smart-up Ideation Booklet In 4h zur eigenen Firma!

www.hslu.ch/smart-up

1. Meine Erfahrungen, Potentiale

Du hast bereits eine Idee? Dann gehts auf Feld 3 weiter.

- In welchen Bereichen bist du fachlich versiert, vernetzt und kennst die professionellen Lösungen?
- Wo liegen deine Stärken, Talente, Kernkompetenzen?
- Was tust du besonders gerne und gut?
- Was ist deine Leidenschaft?

Skizziere alles was dir dazu einfällt!

2. Suchfelder/Stossrichtungen

- Wo soll nach neuen Ideen gesucht werden?
- Wo siehst du ungelöste Probleme in deinem Alltag?
- Was müsste besser, ökologischer, zeitsparender, gesünder, günstiger oder einfacher sein?

Skizziere ein oder mehrere Suchfelder, welche deine Erkenntnisse einschliessen!

3. In einem Satz...

weiter auf Seite 2

4. Skizziere 20 Ideen!

Gehe erst auf die nächste Seite wenn du 20 Ideen skizziert hast. Je radikaler die Idee desto besser. Ob sie gut sind oder nicht spielt erst mal keine Rolle.


1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20

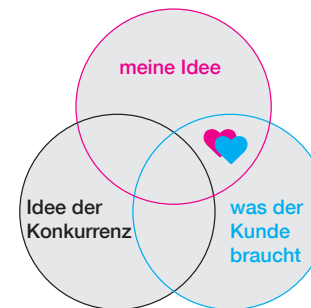
5. Sortiere die besten Ideen

Trage hier Deine besten Ideen aus Punkt 4 ein!



6. beste Idee

Wähle die interessanteste Idee aus!
Idealerweise ist Deine Idee im sogenannten „sweet spot“ (= )















Skizziere die beste, radikalste und neuartigste Idee, welche diese Kriterien erfüllen könnte!

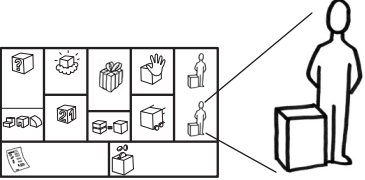
LEAN CANVAS: Wer will Was für Bedürfnis-Erfüllung, weil Motivation

Das „Lean Canvas“ ist eine Vorlage um Geschäftsmodelle für Start-ups zu entwickeln. Es hilft Dir wichtige Aspekte deiner Geschäftsidee zu beschreiben. Dafür musst Du zu diesem Zeitpunkt natürlich Annahmen treffen. Diese werden in einem weiteren Schritt mit Experimenten überprüft.

Versuche nun das „Lean Canvas“ basierend auf deiner Idee zu erstellen! Bearbeite zuerst die nummerierten Felder in der Reihenfolge die für Dich passt. In der Regel wird zuerst die Problemstellung (1) mit der Lösung (4) abgeglichen. Erkennst Du dabei Aspekte deiner Idee, welche Du verbessern kannst?

<p>Problemstellung Was sind die Hauptprobleme, welche das Geschäft lösen muss? Beschreibe die 1-3 grössten Probleme deiner Kunden</p>  <p style="font-size: 48pt; text-align: center;">1</p>	<p>Lösung Beschreibe eine Lösung für jedes Problem</p>  <p style="font-size: 48pt; text-align: center;">4</p>	<p>Alleinstellungsmerkmal (Wertangebot) Welchen Wert vermittelst Du dem Kunden? Eine einfache, klare Botschaft, die erklärt warum die Lösung anders und beachtenswert ist</p>  <p style="font-size: 48pt; text-align: center;">3</p>	<p>Unfairer Vorteil Etwas, das es den anderen schwer macht, die Lösung zu kopieren</p>  <p style="font-size: 48pt; text-align: center;">2</p>	<p>Kundensegmente Liste die Ziel- und Nutzergruppen auf. Für wen schöpfen wir Wert? Wer sind Deine wichtigsten Kunden? <i>Erarbeite parallel zu diesem Feld die Persona-Beschreibung auf der rechten Seite!</i></p> 
<p>Bestehende Alternativen Wie wurden diese Probleme bisher gelöst?</p>  <p style="font-size: 48pt; text-align: center;">5</p>	<p>Kennzahlen Welche messbaren Zahlen zeigen, ob die Lösung funktioniert?</p> 	<p>Kurz Konzept X für Y Analogie Gibt es eine einfache Analogie? (z.B. Youtube=Flickr für Video)</p> 	<p>Kanäle Über welche Kanäle wollen Deine Kundensegmente erreicht werden?</p> 	<p>Early Adopter Beschreibe die Eigenschaften des idealen Kundens <i>Erarbeite parallel zu diesem Feld die Persona-Beschreibung auf der rechten Seite!</i></p> 
<p>Kostenstruktur Liste die festen und variablen Kosten auf</p> 		<p>Einnahmequellen Liste die Einnahmequellen auf</p> 		

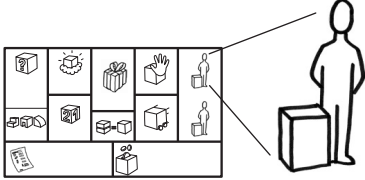
Persona-Beschreibung



Early Adopter

Erstelle das detaillierte Kundenprofil für die Early Adopters (diejenigen Kunden, die das Produkt zuerst benutzen werden)

Name	
Persona-Beschreibung Alter, Geschlecht, Wohnort, soziales Umfeld, Sinus Milieu, Denkweise, etc.?	
Job to be done Welche Aufgabenerfüllung wird mit dem Produkt unterstützt?	Frustr (Pains) Was verursacht mit den aktuellen Produkten ein schlechtes Gefühl bei Kunden?
	
Anwendungsfälle Wie und wo wird das Produkt durch wen genutzt? Was passiert vor und nach der Nutzung?	Lust (Gains) Inwiefern machen die aktuellen Produkte den Kunden glücklich?
	



Kundensegmente

Liste die Ziel- und Nutzergruppen auf!
 Für wen schöpfen wir Wert?
 Wer sind Deine wichtigsten Kunden, welche das Produkt/Dienstleistung nach den Early Adopters kaufen werden?

Name	
Persona-Beschreibung Alter, Geschlecht, Wohnort, soziales Umfeld, Sinus Milieu, Denkweise, etc.?	
Job to be done Welche Aufgabenerfüllung wird mit dem Produkt unterstützt?	Frustr (Pains) Was verursacht mit den aktuellen Produkten ein schlechtes Gefühl bei Kunden?
	
Anwendungsfälle Wie und wo wird das Produkt durch wen genutzt? Was passiert vor und nach der Nutzung?	Lust (Gains) Inwiefern machen die aktuellen Produkte den Kunden glücklich?
	

EXPERIMENTE (Prototype - Test - Learn)

Unter den Annahmen die Du zum Erarbeiten des Canvas treffen musstest gibt es sicher eher nebensächlichere wie auch sehr wichtige. Die Annahmen, von denen das Gelingen deines Vorhabens wesentlich abhängt, werden als kritische Annahmen bezeichnet. Nun geht es darum diese in Experimenten zu überprüfen. Versuche immer nur eine Annahme auf einmal zu überprüfen. Baue dazu, falls nötig, einen Prototypen. Dieser soll nur gerade so aufwändig wie nötig sein.

Experiment 1

Experiment 2

Experiment 4

Experiment 3