

Arbeitsblatt Solution Concept / Erste Beschreibung des Lösungskonzepts

Einordnung dieses Arbeitsblattes

Autor

Dr.-Ing. Stefan Werner Knoll; Transfer- und Gründerzentrum (TUGZ)
Projekt TUGZ Founders, Otto-von-Guericke Universität Magdeburg

Zielgruppe

Dieses Arbeitsblatt richtet sich an Gründungsinteressierte in der Anfangsphase, die neben einer Produktidee erste Vorstellungen zum *Target Market* und deren möglichen *Customer Needs* haben.

Ziele

Die Ziele dieses Arbeitsblattes sind:

- Das Gründerteam macht sich Gedanken über die grundlegenden Eigenschaften eines möglichen Lösungskonzeptes, die notwendig sind, um die vermuteten *Customer Needs* zu befriedigen.
- Das Gründerteam macht sich Gedanken über den resultierenden Kundennutzen eines möglichen Lösungskonzepts, welche die Kaufentscheidung des vermuteten *Target Markets* beeinflussen.

Ergebnis

Das Ergebnis dieses Arbeitsblattes ist die Beschreibung möglicher Lösungskonzepte und den daraus resultierenden Kundennutzen. Diese Beschreibung bildet die Grundlage, um sich Gedanken zum *Business Model* und der *Problem Solution Fit* zu machen.

Um ein optimales Ergebnis zu erreichen, wird empfohlen, das Arbeitsblatt gemeinsam mit einem Gründerbetreuer zu bearbeiten.

Anmerkung

Das vorliegende Arbeitsblatt betrachtet das *Solution Concept* eines einzelnen *Target Markets*. Gründungsvorhaben mit mehrseitigen Märkten verwenden dieses Arbeitsblatt für jede ihrer Ziel- bzw. Kundengruppen.

Zuordnung zum Founders Playbook

Dieses Arbeitsblatt baut auf dem Kapitel *1.3 Solution Concept* des Founder's Playbook (www.founders-playbook.de) auf. Gründungsinteressierte sollten Kapitel *1.1 Customer Need* und Kapitel *1.2 Target Market* bereits bearbeitet haben.

Motivation

Mit der Beschreibung des Lösungskonzeptes beantwortet ein Gründerteam die Fragen:

- „Was muss ein mögliches Angebot mindestens leisten, um die zentralen *Customer Needs* des vermuteten *Target Markets* zu befriedigen?“
- „Welcher Kundennutzen soll durch ein mögliches Angebot für den *Target Market* erzeugt?“

Die Beantwortung dieser Fragen ist existentiell, da der häufigste Grund für das Scheitern eines Startups die Entwicklung eines Angebotes ist, welches für den angestrebten *Target Market* keinen bzw. nur einen minimalen Mehrwert bietet. Gründungsvorhaben sollten daher an der Entwicklung eines *Solution Concepts* arbeiten, welches für den angestrebten *Target Market* auf effiziente Weise ein starkes *Customer Need* befriedigt. Im besten Fall entsteht dabei für den Kunden ein so großer Nutzen, das er das angestrebte *Solution Concept* bestehenden Lösungen vorzieht bzw. es als einzige Lösung betrachtet.

Solution Concept

Verwendet die Beschreibung der vermuteten *Customer Needs* (Arbeitsblatt *1.1 Customer Needs*), um mögliche Lösungskonzepte für den angestrebten *Target Market* zu beschreiben. Versucht dabei, die folgenden Fragen zu beantworten:

- Was muss ein mögliches Angebot leisten, um die vermuteten *Customer Needs* des angestrebten *Target Markets* zu befriedigen?

Die Beschreibung der resultierenden Lösungskonzepte sollten den *Target Market* und deren *Customer Need* benennen.



Erstellt eine Liste möglicher *Solution Concepts*.

Anforderungen

Verwendet die Beschreibungen der möglichen *Solution Concepts*, um mögliche Anforderungen zu deren Umsetzung zu spezifizieren. Versucht dabei, die folgenden Fragen zu beantworten:

- Welche möglichen Anforderungen könnte der *Target Market* an euer *Solution Concept* stellen?
- Welche Anforderungen könnte euer *Solution Concept* an euch als Gründerteam stellen?

Die Beschreibung der resultierenden Anforderungen sollte das *Solution Concept* benennen.



Erstellt für jedes *Solution Concept* eine Liste möglicher Anforderungen.

PERFECT-Liste: Suchfelder für Kundennutzen

Eine Möglichkeit zur Identifizierung der Kundennutzen ist ein gelenktes Brainstorming bei dem gezielt nach bestimmten Arten von Kundennutzen gesucht wird. Das Akronym PERFECT dient dabei zur Unterscheidung verschiedener Arten von Kundennutzen:

- **P**roblem: Das *Solution Concept* löst ein Problem des *Target Markets*. Mögliche Suchfelder können unter anderem rechtliche, finanzielle organisatorische, technische, logistische, qualitative und personale Problems betrachten.
- **E**nvironment: Das *Solution Concept* führt zu einer Verbesserung im Umfeld des *Target Markets*. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderen die Konnektivität, die Umweltfreundlichkeit, die Ästhetik und die Kompatibilität von Prozessen und Gegenständen im Umfeld des *Target Markets* betrachten.
- **R**isk: Das *Solution Concept* minimiert für den *Target Market* ein Risiko. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderen rechtliche, finanzielle, physische, gesundheitliche, emotionale oder soziale Risiken betrachten.
- **F**eeling: Das *Solution Concept* erzeugt beim *Target Market* ein positives Gefühl. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderem Gefühle wie Stolz, Freude, Spaß, Respekt, Sicherheit, Geborgenheit und Zuneigung betrachten.
- **E**ffizienz: Das *Solution Concept* erhöht die Produktivität des *Target Markets*. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderem die Verringerung von Ressourcen wie Zeit, Material oder Arbeitskraft für bestehende Prozesse innerhalb des *Target Markets* betrachten.

- **C**onvenience: Das *Solution Concept* verbessert für den *Target Market* den Komfort. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderem die Ergonomie, die Zugänglichkeit, die Einfachheit, die Verständlichkeit, die Problemlosigkeit von Prozessen und Gegenständen betrachten.
- **T**otal Costs: Das *Solution Concept* reduziert die Belastung für den *Target Market*. Mögliche Suchfelder können dabei unter anderem Belastungen wie Geld, Aufmerksamkeit, benötigten Platz für eine Maschine sowie dessen Versorgung und Betreuung betrachten.

Verwendet die PERFECT-Liste als Suchfelder zur Beschreibung möglicher Kundennutzen, die sich für die *Solution Concepts* ergeben. Versucht dabei folgende Frage zu beantworten:

- Welchen Nutzen hat das beschriebene *Solution Concept* für den angestrebten *Target Market*?

Die Beschreibung der resultierenden Kundennutzen sollten den *Target Market* und deren *Solution Concept* benennen.



Erstellt für jedes *Solution Concept* eine Liste möglicher Kundennutzen.

Qualitätscheck

Fragen zur Qualitätskontrolle eurer möglichen *Solution Concepts*:

- Sind eure *Solution Concepts* **verständlich**?
 - Versteht ein Kind, warum euer Lösungskonzept den vermuteten *Customer Need* des *Target Market* befriedigt?
- Sind eure *Solution Concepts* **effizient**?
 - Beschreibt euer Lösungskonzept einen einfachen Weg, um den vermuteten *Customer Need* zu befriedigen?
- Sind eure *Solution Concepts* **attraktiv**?
 - Wird durch euer Lösungskonzept ein hoher Nutzen für den vermuteten *Target Market* geschaffen.
- Sind eure *Solution Concepts* **umsetzbar**?
 - Könnt ihr die Anforderungen, die eure *Solution Concepts* an euch stellt, erfüllen?

Fazit

Die Beschreibung des *Solution Concept* bildet die Grundlage, um sich Gedanken zum *Business Model* zu machen (siehe Arbeitsblatt *1.4 Business Model*).