

# PRODUKT- & DIENSTLEISTUNGSBESCHREIBUNG /KUND\*INNEN-NUTZEN

Ein zentraler Punkt eines Businessplans ist die Produkt- bzw. Dienstleistungsbeschreibung, die sich auf den Nutzen für die Kund\*innen zentriert. Bei der Formulierung solltest du darauf achten, dass deine Geschäftsidee sowie der Nutzen der Kund\*innen detailliert beschrieben werden. Dies ist besonders wichtig, wenn du einen Finanzierungskredit beantragen möchtest.



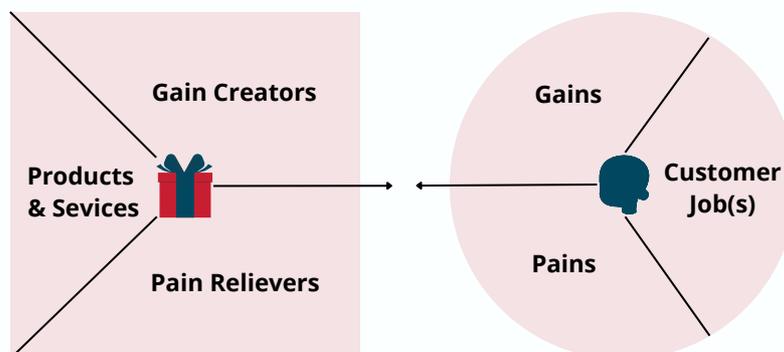
Ein weiterer relevanter Aspekt ist die Beschreibung der Zielgruppe, der Idee und des Angebots. Anschließend müssen die genannten Aspekte in einen plausiblen Zusammenhang gebracht werden, sodass die lesende Person (z. B. Banker\*in) versteht, an wen genau sich dein Angebot richtet. Das Ziel deiner Produkt- bzw. Dienstleistungsbeschreibung ist es, der lesenden Person ein möglichst optimales Bild deiner Gründungsidee zu vermitteln.

## VALUE PROPOSITION CANVAS (VPC)

Der VPC ist ein Werkzeug, das dir dabei hilft, das Wertversprechen des eigenen Produkts bzw. der Dienstleistung gegenüber den Kund\*innen zu designen, zu testen und zu managen. Dafür wird eine Übersicht des Kund\*innenprofils (CSP: Customer-Segment-Profile) und der **Wertversprechen des Produkts** (VPM: Value-Propositions-Map) erstellt.

Das **CSP** wird in drei Aspekte untergliedert: die Aufgaben, die Kund\*innen in ihrem Arbeits- und Privatleben bewältigen müssen (Customer Jobs), sowie die dazugehörigen negativen und positiven Aspekte, die die Kund\*innen bei der Bewältigung ihrer Aufgaben stören bzw. sich wünschen würden.

Auch die **Value Propositions Map (VPM)** wird in drei Unterpunkte aufgeteilt: die Produkte und Dienstleistungen, die den Kern des Nutzenversprechens darstellen, und die jeweiligen Aspekte die die Beschwerden der Kund\*innen abschwächen bzw. die von den Kund\*innen gewünschten Resultate erzeugen sollen.



Abschließend wird bewertet, ob die Unterpunkte des Wertversprechens (VPM) die Aspekte des Kundenprofils (CSP) vollständig ansprechen. Dies bezeichnet man auch als Problem-Solution-Fit. Ein Product-Market-Fit kann vorliegen, wenn der Markt die Übereinstimmung zwischen Kund\*innenprofil (CSP) und Wertversprechen (VPM) validiert, indem reale Aufmerksamkeit bei den Kund\*innen erzeugt wird.



Fülle den VPC für deine Gründungsidee aus. Beschreibe dafür zuerst das Kund\*innenprofil, das du ansprechen möchtest, inklusive der Customer-Jobs, die diese Kund\*innen in ihrem Alltag bewältigen müssen, sowie die dazugehörigen positiven und negativen Aspekte. Widme dich anschließend dem Nutzenversprechen deines Produkts und beschreibe, inwiefern es die zuvor beschriebenen Probleme und Wünsche der Kund\*innen abdeckt. Stelle abschließend fest, ob ein Problem-Solution-Fit oder ein product-market-fit erreicht wurde.

