

**Gute Produkte  
fallen nicht vom Himmel.**

**Woher kommen sie dann?**



A close-up photograph of a person's hand holding a white business card. The hand is positioned on the left side of the frame, with the thumb and index finger gripping the card. The card is held vertically and displays contact information for Robert Misch.

**Robert Misch**

**Agile Coach**

Robert.Misch@gutefrage.net  
@RobertMisch

<https://www.speakerdeck.com/robertmisch>  
[https://www.xing.com/profile/Robert\\_Misch](https://www.xing.com/profile/Robert_Misch)

**gutefrage.net**


Die Ratgeber-Community




gutefrage.net  
Die Fachfrage-Community



 Anmelden mit facebook

 Registrieren mit E-Mail

Du hast schon einen Account?

 Einloggen



Frage  
stellenTipp  
geben

Rat suchen in über 50 Mio. Fragen &amp; Antworten

powered by Google



THEMEN

NEUE FRAGEN

FRAGE STELLEN

OFFENE FRAGEN

ANTWORTEN

VIDEOS

TIPPS

AUSZEICHNUNG

## Wir sind auch auf Facebook!

Hier gibt es Neuigkeiten von unserem Team, spannende Gewinnspiele sowie aktuelle Infos über Deutschlands aktivste Ratgeber-Community.

Mehr als 30.000 Fans sind schon dabei.

[Jetzt Fan werden](#)

Nutzer stimmen ab  
Die beliebteste Restaurantkette

**gutefrage.net auf Facebook**  
Jetzt Fan werden

Expertensprechstunde  
Baugeld im Allzeittief: Soll ich  
jetzt eine Immobilie kaufen?

Unsere Premium-Partner

## Geld & Finanzen



Alle Fragen zu  
Geld & Finanzen

### Zukunftsbilanz schätzen/aufstellen?

Hi, gibt es eine Möglichkeit / ein Verfahren, bei dem ich eine Jahresabschlussbilanz ...

1 Antwort

### Bafög trotz Immobilienbesitz möglich?

Hallo zusammen, folgende Frage: bin am Überlegen, ab WS 2013 zu studieren. Wie ...

6 Antworten

## Die Ratgeber-Community - einfach, hilfreich, kostenlos

Neu hier?

Jetzt Mitglied werden und gutefrage.net vollständig nutzen!

☒ Privatperson ☐ Firma

Nutzername\*

Email\*

☒ Ja, ich möchte den gutefrage.net-Newsletter.

☐ Ich akzeptiere die AGB.\*

[REGISTRIEREN](#)



Produktideen





Kreativität





Zeit

5





Wer genau?







# Story





**Fokus**





# Story



get  
out of the  
building









Wissen



## Thinking and feeling

What is important to the customer?  
What are his hopes, dreams or fears?

## Seeing

What is the customer's  
environment like?

## Hearing

What influences  
the customer?

## Pains

What obstacles or challenges  
does the customer have?

## Gains

What does he hope to achieve  
and how might he measure success?



# Customer Journey



## ERWARTUNGEN

- Die Online-Buchung
- Ein Wahlkraftbereich ist
- Die kleinste Zeile

### STAGES

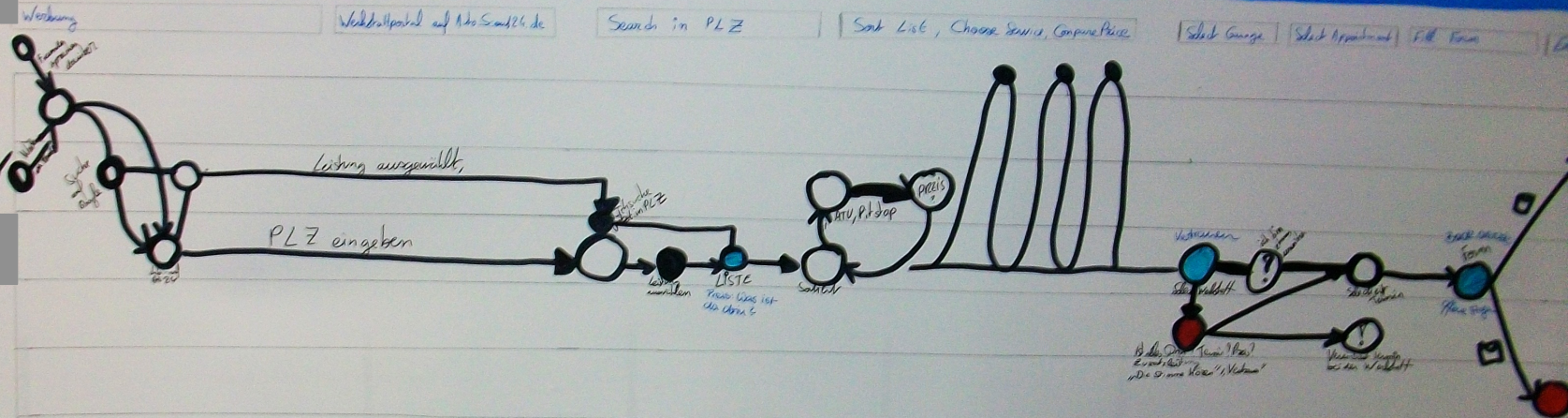
#### Awareness

#### Research & Planning

#### Booking

Customer  
Medien, WWW

Garage Phone  
Garage  
Support



Thinking  
TARGET

Feeling

- Ist die Preis ver-  
bessert?
- Kommt mehr  
einstufen dazu?
- Ist es die richtige  
Leist. für mein Auto?

Ich habe keine Ahnung warum  
das hier ist, ich habe mich  
belegt. Ich weiß nicht was ich  
in der Inspektion will.

Ich SEHE DAS ANGEBOT NICHT

→ Kann ich das verstehen?  
→ Wie ist das Angebot? Wie sieht es aus?

- Werbung?
- Was ist das?
- Buchung?
- Preisvergleich?
- Wahlkraft?
- Wahlkraft?
- Wahlkraft?

Was soll ich den Kunde erzählen?

Was soll ich den Kunde erzählen?





Abbild



Interpretation



Walt  
Disney







De  
Bono



# Passt mir der Hut?

## Control of thinking



Managen, Überblick behalten, Regeln folgen, alle "6 Hüte" beachten

## Creative & Lateral Thinking



Kreativ, Denken in Alternativen, neue Ideen

## SPECULATIVE-POSITIVE



"Glanz in den Augen", Positive, optimistische Einstellung, Benefits, Werte, Begeisterung, Machbarkeit

## Emotions & Feelings



Gefühle, Emotionen, Intuition, braucht keine Begründung auf Basis Z-D-F

## FACTS+FIGURES



objektive Z-D-F, neutral, keine Meinung "Analyst"

## What is wrong with it?



Kritische Betrachtung, "Richter", Logik zählt, Angst, negative Auswirkungen





# Story

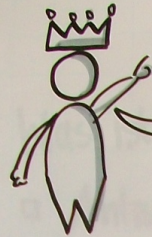




Abwägung



# Value Canvas



CUSTOMER QUANTIFICATION & QUALIFICATION

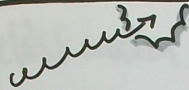
CUSTOMER QUANTIFICATION

CUSTOMER INSIGHT

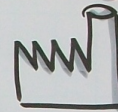
CUSTOMER VALUE



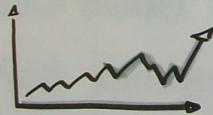
UPTAKE POTENZIAL



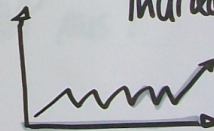
BUSINESS VALUE



MESSPUNKTE & INDIKATOREN



MESSPUNKTE &  
Indikatoren





# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On: Day Month Year

Iteration: No.

Key Partners



Key Activities



Value Propositions



Customer Relationships



Customer Segments



Key Resources



Channels



Cost Structure



Revenue Streams



## PROBLEM

List your top 1-3 problems.

- Brauchen innovative Ideen um sich von der Masse abzuheben
  - Social Media
  - Content Marketing
- Kunden kommen mit Problemen nicht zum Unternehmen → Unternehmen muss zu ihnen
  - Image
  - Customer Relation
- Wissen darüber wo über das Thema gesprochen wird muss von sich als Experte zu etablieren (durch Berater)
  - (them. Zielgruppe, Marktführer)
  - Image + Bekanntheit
- Lernen aus Spitz Zielgruppen
  - Wissen sich nur Thema platform & Kunden bezieht
- Viele Kanäle kennen will in Frage.
  - TV, große Banner
  - Kanäle wo. Budget & ROI

## EXISTING ALTERNATIVES

- besten exist. innovative Sachen
  - Social Media Marketing
  - kein Image - wohn auf best Facebook
  - Adwords, Affiliates
  - Business Light/ "illegale" Profit
  - Facebook
- Blogs, Foren
- Advertisers
- Display Werbung

## COST STRUCTURE

List your fixed and variable costs.

- Akquisition/Sales
  - Kundenbetreuung
  - Entwicklungskosten
  - Design
- Akquisition/Sales
  - Kundenbetreuung
  - Entwicklungskosten
  - Design
- Akquisition/Sales
  - Kundenbetreuung
  - Entwicklungskosten
  - Design
- Kundenbetreuung
  - Rechnungswesen
  - Entwicklungskosten
  - Design

## SOLUTION

- Profil mit
  - Logo Branding
  - Trafficstärkste Fragen
  - Branding Teaser
  - Elemente
  - Dashboard
- Profil mit
  - Akt an Expert
  - Trafficstärkste Fragen
  - Dashboard
  - API Schnittstelle
- Profil mit
  - Akt an Expert
  - Expertenwissen
  - Trafficstärkste Fragen
  - Schichten
  - Dashboard
- Profil
  - Expertenwissen

## KEY METRICS

- Anzahl Fragen in Sprechstunde
- Content impressions
- Traffic/Fragen - Reichweite
- PR Feedback
- Image Verbesserung
- PR Feedback
- Anzahl produzierter Content items
- PR Feedback

## UNIQUE VALUE PROPOSITION

- Solar innovatives, Uniques Produkt
- Dialog und rela-vante Zielgruppe
- kein Stillschaltung
- Möglichkeiten der Exklusivität
- SEO
- Gesund Social Media
- Wider viele Customer Service Fragen
- einfacher Zugriff zu Fragen
- gedruckte Diagnostics
- kein Stillschaltung/CM
- Wahrnehmung als Experte
- Zugang zu Themen + Dialog mit SEO

## HIGH-LEVEL CONCEPT

List your X for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.

## UNFAIR ADVANTAGE

- Zugang zur Community
- Englologs Branding
- CM
- Viel Content mit Produkt-bezug
- Viele customer service-Themen
- Reichweite
- User
- Theorien
- Traffic
- Sprechstunden + BP von Comm-q easily gelernt

## CHANNELS

- Direct Sales
- Aggregatoren: IM
- (wischen innovative Ideen für kol finden)
- Direct Sales
- Social Media Aggregatoren
- PR Aggregatoren
- Upgrade über Business Light Profil
- Selbstbedienungstool

## CUSTOMER SEGMENTS

List your target customers and users.

- Top Media Spender
- Customer Care orientierte Unternehmen
- Unternehmen mit beratungs-intensiven Produkten

Kleine Nischen

KMUs

## EARLY ADOPTERS

List the characteristics of your ideal customers.

## REVENUE STREAMS

- Top Media Spender
  - 5 Kunden à 18.000 €/Monat
  - 18.000 x 5 x 12 = 900.000 €
- Customer Care
  - 15 Kunden à 5.000 €/Monat
  - 5.000 x 15 x 12 = 900.000 €
- Berater
  - 10 Kd à 3.500 €
  - 3.500 x 10 x 12 = 420.000 €
- Viel besser: 1000  
Bekannt: 3.600 Profile  
Ganzen: 27 x 22 Kd  
27 x 110 Kd Gd: 110
- 500 € x 110 x 12 = 660.000 €



<b>Problem</b>  <i>Was sind die wichtigsten drei Probleme, die das Produkt lösen soll?</i>	<b>Solution</b>  <i>Was sind die wichtigsten drei Eigenschaften meiner Lösung?</i>	<b>Unique Value Proposition</b>  <i>Was ist mein Slogan, der die Produktvorteile in einem Satz zusammenfasst?</i>	<b>Unfair Advantage</b>  <i>Warum sollte gerade ich die Produktidee umsetzen? Welche nicht-kopierbaren oder nicht mit Geld kompensierbaren Vorteile habe ich?</i>	<b>Customer Segments</b>  <i>Wer sind die Top3 Zielgruppen meines Produktes? Diese sollten so spezifisch wie möglich formuliert werden</i>
	<b>Key Metrics</b>  <i>Mit welchen Kennzahlen kann ich meinen Erfolg messen? (z.B. Anzahl Online-Anmeldungen für Produkt-Demo pro Woche)</i>		<b>Channels</b>  <i>Welche Verkaufs-/Marketingkanäle gibt es für mein Produkt?</i>	
<b>Cost Structure</b>  <i>welche Kostenfaktoren gibt es?</i>		<b>Revenue Streams</b>  <i>Welche Einnahmequellen gibt es?</i>		





# Story



klein anfangen



Update Alerts

Neue Fragen

v.l.o

Detail-Seite Frage

v.l.o

Detail-Seite Antwort

v.l.o

Frage stellen

v.l.o

Antwort geben

Antwort diggen

Frage diggen

hA ausrechnen

Einblendungen für

Frage anzeigen

Per Stream

As von Einblendungen

Tag - Stream

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen

Frage anzeigen



# UNSERE APPS

iOS Android

## Onboarding

## User

## Streams

## Fragen

## Antworten

## Suche

Splashscreen ✓

Startscreen ✓

Login ✓

Anmelden ✓

Registrieren ✓

Facebook-Login ✓

Startscreen v.d.o.

Login v.d.o.

Anmelden v.d.o.

Registrieren v.d.o.

Facebook-Login v.d.o.

Menu ✓

USER-Voice ✓

Info - Feedback ✓

App empfehlen ✓

Update Alerts ✓

Einstellungen für Notifications ✓

Exportieren Themen ✓

Push-Notifications ✓

Push-Notifications v.d.o.

Menu v.d.o.

USER-Voice v.d.o.

Info - Feedback v.d.o.

App empfehlen v.d.o.

Update Alerts v.d.o.

Einstellungen für Notifications v.d.o.

Exportieren Themen v.d.o.

Push-Notifications v.d.o.

Push-Notifications v.d.o.

Neue Fragen ✓

Neue Fragen v.d.o.

pers. Stream ✓

Meine Beiträge ✓

Tag - Stream ✓

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Neue Fragen v.d.o.

Neue Fragen v.d.o.

pers. Stream v.d.o.

Meine Beiträge v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Tag - Stream v.d.o.

Frage stellen ✓

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen ✓

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Antwort geben ✓

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben ✓

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Antwort geben v.d.o.

Suche v.d.o.

1. BETA

Suche v.d.o.

Suche v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

Frage stellen v.d.o.

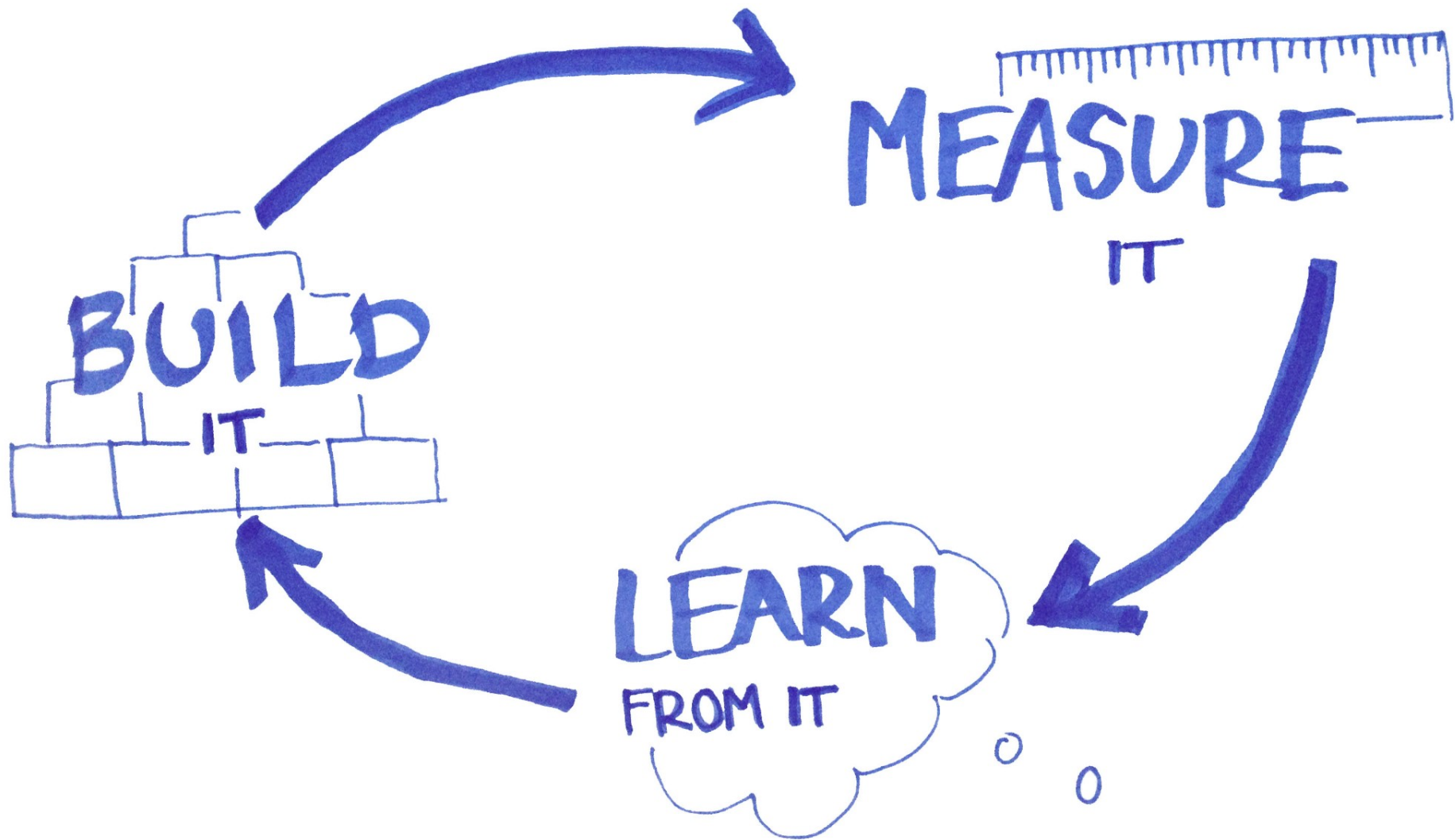
Frage stellen v.d.o.



# Experimente



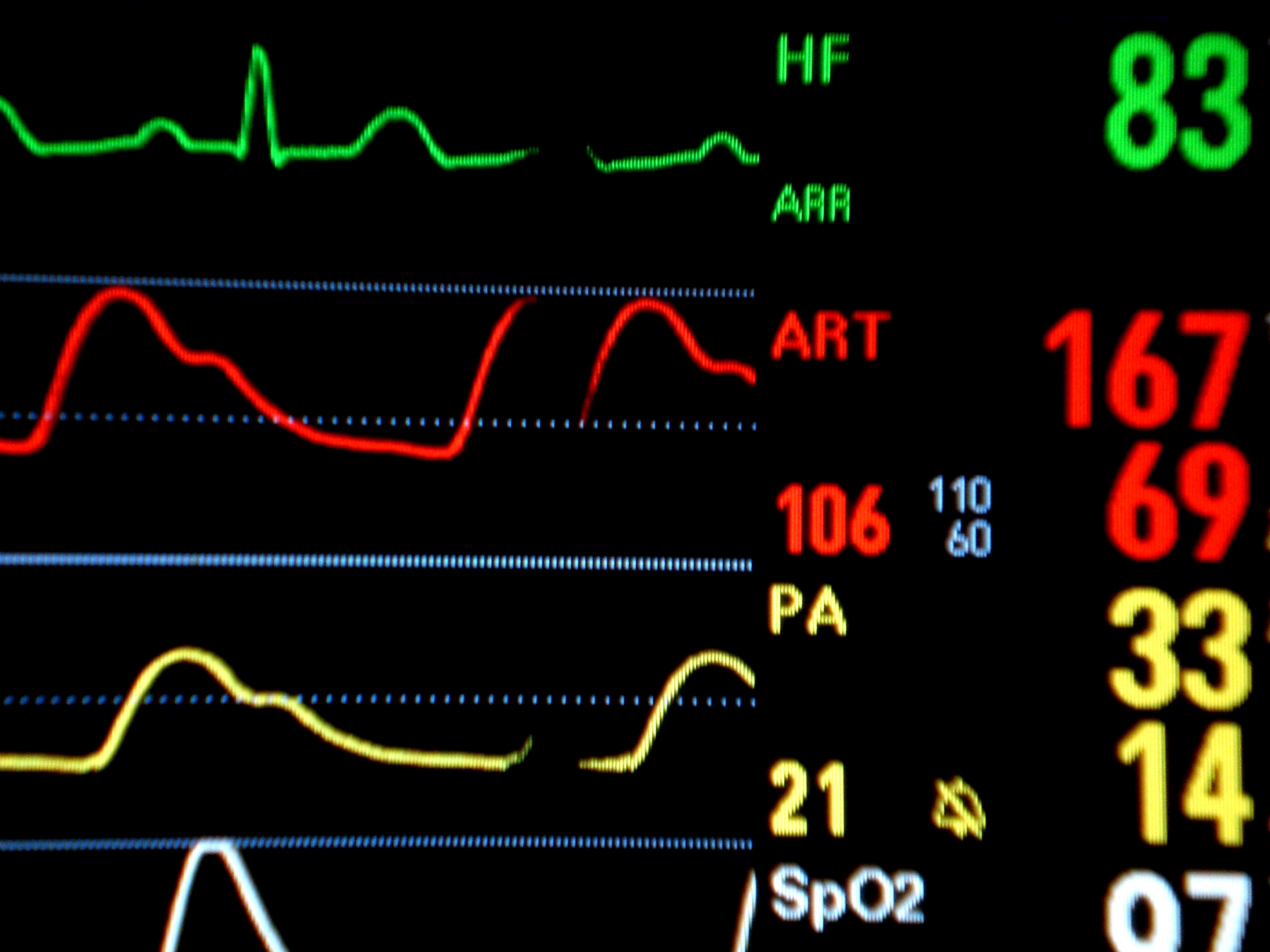







Metriken

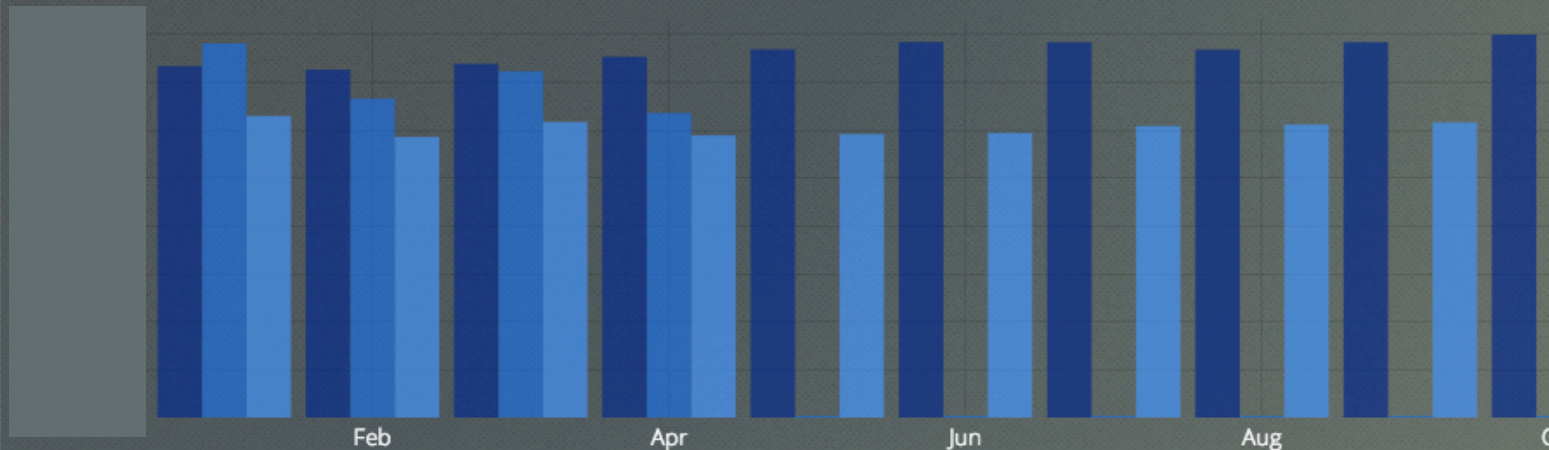





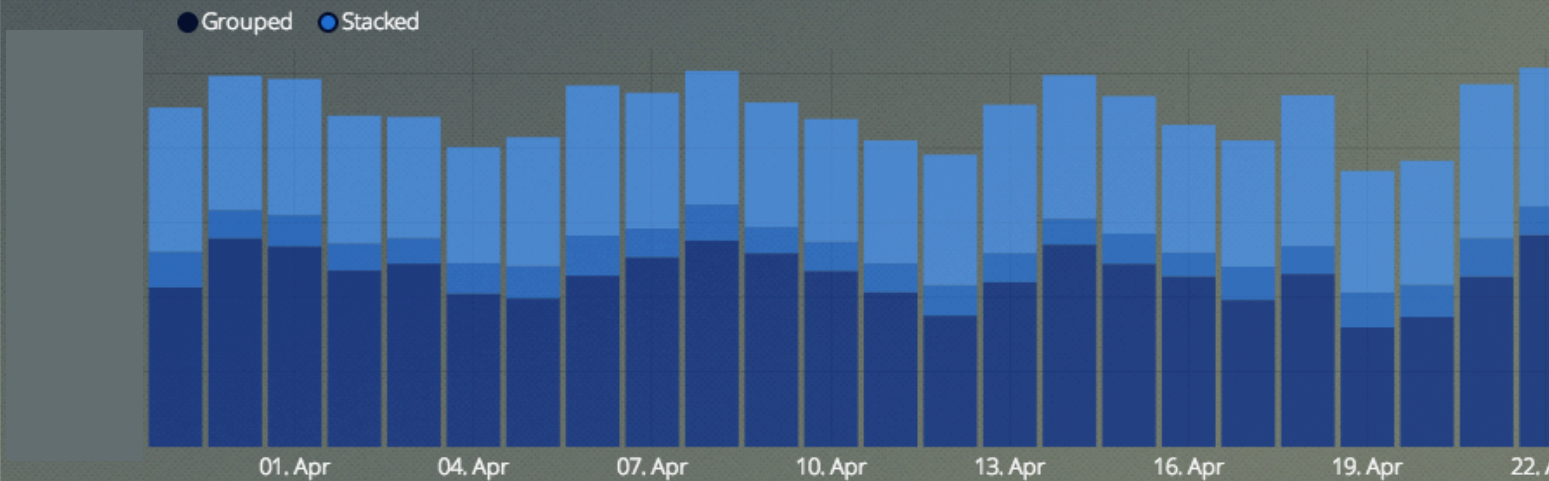


## GUTEFRAGE Have a look!

 **Page Impressions aktuell, nach Plan/Budget und Vorjahr** (vermarktete page impressions, quelle: finance)



 **Page Impressions nach Device** (vermarktete page impressions, quelle: google)





5

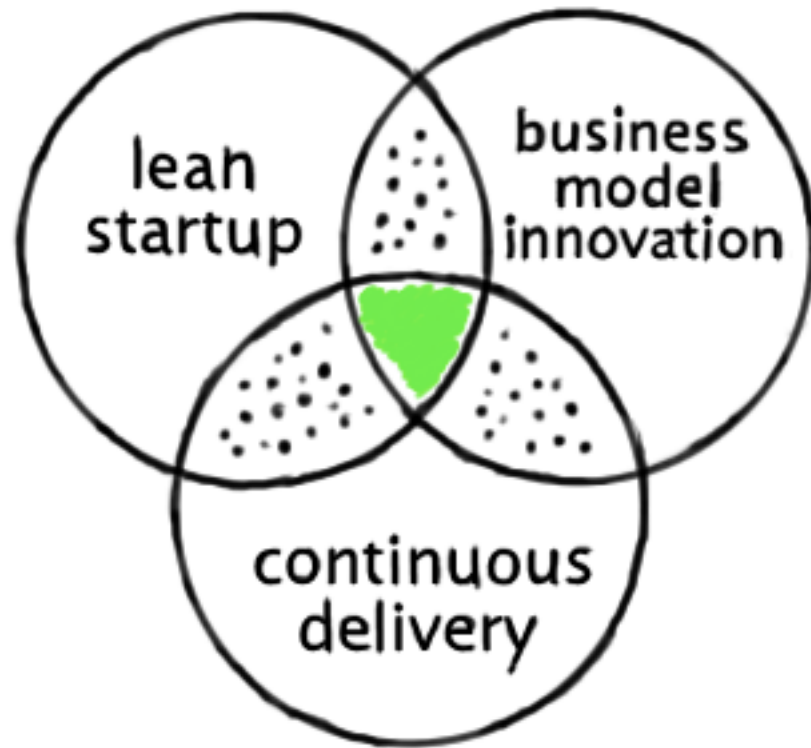


# HACKATHON

[gutefrage.net](http://gutefrage.net)



# Lean Startup isn't enough







A close-up photograph of a person's hand holding a white business card. The hand is positioned on the left side of the frame, with the thumb and index finger gripping the card. The card is held vertically and displays contact information for Robert Misch.

**Robert Misch**

**Agile Coach**

Robert.Misch@gutefrage.net  
@RobertMisch

<https://www.speakerdeck.com/robertmisch>  
[https://www.xing.com/profile/Robert\\_Misch](https://www.xing.com/profile/Robert_Misch)

**gutefrage.net**

Die Ratgeber-Community