

Erfolg ist einzig und alleine eine Frage der richtigen Strategie

(Teil 9-2) Das Wissen um das konstante Grundbedürfnis ist für Sie wichtig

Welche Fragen bringen Sie jetzt konkret weiter?

- ▶ Welches kontante Grundbedürfnis steht hinter dem von der Zielgruppe am brennendsten empfundenen Problem?
- ▶ Welches variable Bedürfnis wird durch Ihre Leistung befriedigt, und welches konstante Grundbedürfnis steht dahinter?
- ▶ Mit welchen variablen Produkten und Leistungen kann das konstante Grundbedürfnis abgedeckt werden?
- ▶ Welche Wege gibt es noch, wie Sie das konstante Grundbedürfnis Ihrer Zielgruppe befriedigen können?
- ▶ Auf welchem Wege können Sie den Kontakt zu Ihrer Zielgruppe dauerhaft institutionalisieren?
- ▶ Gibt es einen Weg, Ihre Leistungen in eine leicht multiplizierbare Form zu bringen?

- ▶ Können Sie sich vorstellen, Ihre Leistungen über ein Franchise-Konzept anzubieten?
- ▶ Welche internen Unternehmensfunktionen könnten Sie eventuell auslagern bzw. könnten andere für Sie übernehmen? Was können Sie ganz oder teilweise wegdelegieren?
- ▶ Welche Unternehmensfunktionen müssen Sie unter allen Umständen selbst ausführen?
- ▶ Können Sie sich irgend einen Umstand vorstellen, der Sie auf Ihrem Geschäftsfeld dauerhaft gefährden könnte?

Welches sind die nächsten Schritte?

- 1 Versuchen Sie zu formulieren, welches konstante Grundbedürfnis Sie über die Lösung des brennendsten Problems Ihrer Zielgruppe abdecken

Beispiele:

- ▶ nicht Hersteller von Dachziegeln, sondern Problemlöser für die Abdichtung geneigter Dächer;
- ▶ nicht Verkauf von Hamburgern, sondern schnelle Versorgung mit Nahrungsmitteln zum Sofortverzehr;
- ▶ nicht Anbieter von Zeitmanagement-Seminaren, sondern Löser des Zeitproblems über unterschiedliche Medien (Seminare, Bücher, Audio, Video, PC-Software, Multimedia, etc.)

2 Tragen Sie verschiedene Formulierungen für das konstante Grundbedürfnis in eine Tabelle ein, und bewerten Sie diese

Diskutieren Sie die verschiedenen Möglichkeiten auch mit Partnern und entscheiden Sie sich, mehr analytisch oder mehr intuitiv, für die Ihnen am

besten erscheinende Alternative. Tabelleninhalt: Konstantes Grundbedürfnis der Zielgruppe und Priorität, bewertet nach »ausgezeichnet«, »durchschnittlich«, »nicht so geeignet«.

3 Wählen Sie die treffendste Formulierung für das konstante Grundbedürfnis Ihrer Zielgruppe

Diese *muss* zu Ihrem *ständigen Leitsatz bzw. Ihrem übergeordneten Unternehmensziel* werden. So sollte z. B. jede Entscheidung daran gemessen werden, ob sie diesem Ziel förderlich ist oder nicht. Das schützt sie vor Verzettlung.

4 Das konstante Grundbedürfnis meiner Zielgruppe lautet:

Auf alle Fälle diese Auswahl ebenfalls schriftlich festhalten.