

# STARTUPERU

---

## Das Grundbedürfnis hinter dem größten Engpass des Idealkunden

*„Der Köder muss dem Fisch und nicht dem Angler schmecken“*

### 1. Das Bedürfnis deines Idealkunden!

- Hinter jedem Engpass des Idealkunden gibt es ein konstantes Grundbedürfnis.
- Bei Autos ist es der Transport von A nach B
- Bei Telefonen ist es die Kommunikation mit den Menschen die uns wichtig sind
- Bei Schallplatten, CDs, Musikstreaming ist es der Wunsch das Lieblingslied zu hören

### 2. Die Verbindung zwischen deinem Produkt und dem Bedürfnis herzustellen

#### 1. Schritt:

- Welches ist das brennendste Problem, das allerwichtigste des Idealkunden, das durch dein Produkt gelöst wird?

#### 2. Schritt:

- Welches konstante Grundbedürfnis des Idealkunden steht hinter dem brennendsten Problem?

#### 3. Schritt:

- Setze Schritt 1 und Schritt 2 in deiner Positionierung ein

### 3. Was ist noch wichtig zu wissen?

- **Woher kenne ich den größten Engpass des Zielkunden ?**
- Aus Kundenperspektive: Notiere die Probleme, die mit dem Produkt gelöst werden können, die Ziele, die erreicht werden und die Aufgaben, die das Produkt für den Idealkunden übernimmt.
- Nehme für alle drei Themen eine Priorisierung vor um das brennendste Problem, das größte Ziel und die aufwändigste Aufgabe zu finden.
- Frage die Zielgruppe regelmäßig und ständig, da sich die Kundenengpässe kontinuierlich ändern können. Es entscheidet immer der Kunde, wo er seinen größten Engpass sieht.
- **Was bedeutet das konstante Grundbedürfnis hinter dem größten Engpass des Zielkunden?**
- Konstante Grundbedürfnisse sind zu einer Gruppe gehören zu wollen, Anerkennung zu erfahren, Vertrauen können, Sicherheit zu haben, Fair behandelt zu werden.