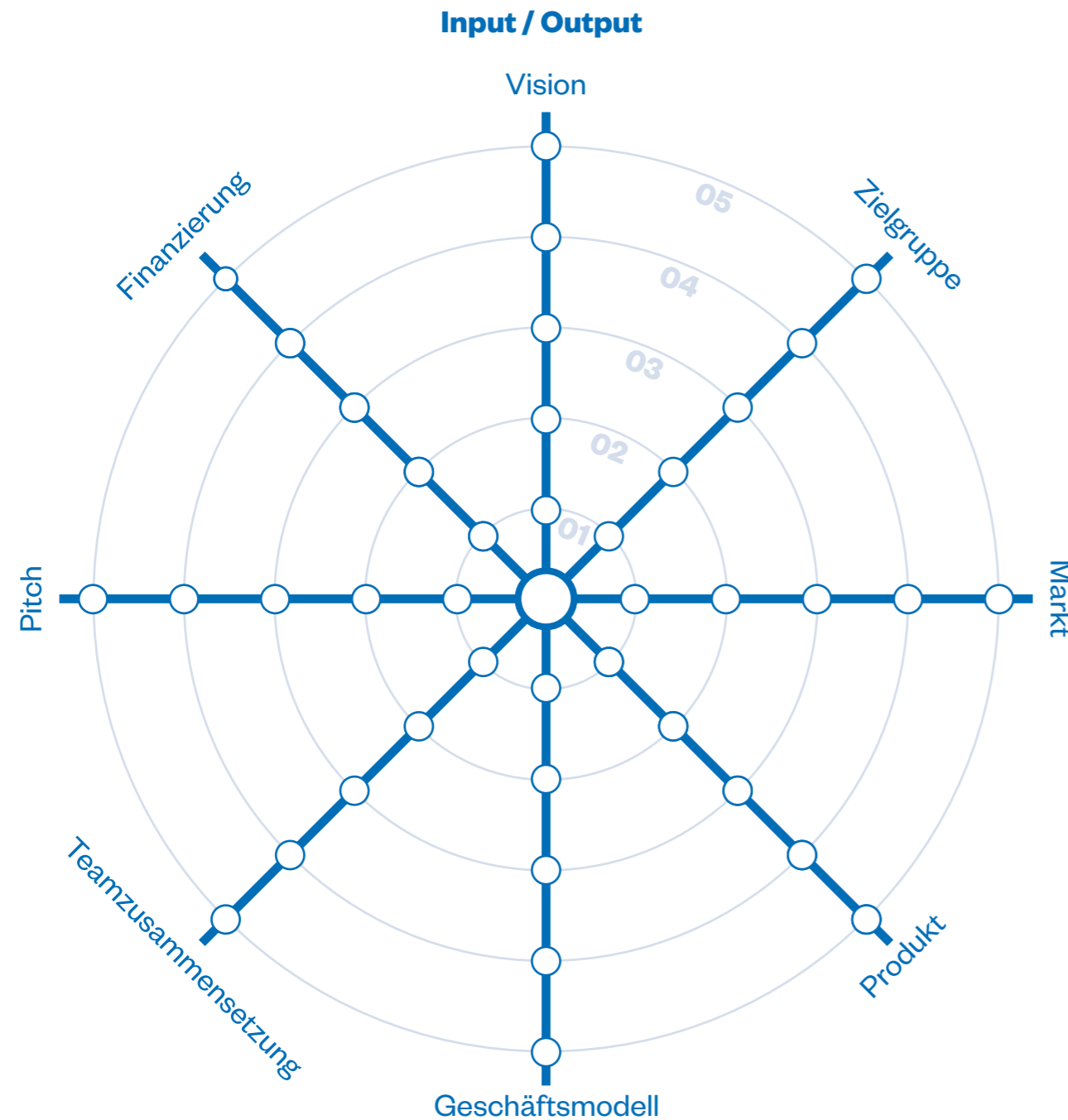


BlueBox Focus Finder



Wie benutze ich den BlueBox Kompass?

Markiere für jede Dimension die entsprechende Stelle auf dem Kompass. Eine 5 auf der Skala bedeutet, dass die folgenden Statements voll und ganz für deine Idee zutreffen. Je weniger das der Fall ist, desto niedriger sollte der von dir markierte Wert sein. Diese Einschätzung ist subjektiv, daher gibt es kein Richtig oder Falsch. Der BlueBox Kompass soll dir helfen, dich auf das zu konzentrieren, was am wichtigsten ist – je niedriger dein Wert, desto wichtiger ist es, an dieser Dimension zu arbeiten.

Vision

Es ist klar, in welche Richtung sich dein Produkt entwickeln soll und warum du dieses Projekt vorantreiben willst. Du hast ein klares langfristiges Traumszenario formuliert. Als Team teilt ihr dieselbe Vision und Motivation.

Zielgruppe

Du kennst deine Kunden, ihre Bedürfnisse, Probleme, Vorlieben und Abneigungen. Du weisst, wie du die Kunden erreichst (Werbung in sozialen Medien, Direktmarketing etc.). Du bist sicher, dich für das richtige Kundensegment entschieden zu haben.

Markt

Du kennst die Grösse deines potenziellen Marktes und den Marktanteil, den du potenziell bedienen kannst. Der von dir anvisierte Markt ist ausreichend gross. Du weisst, wer deine Wettbewerber sind und wie du dich von ihnen abheben kannst. Du kennst die Early Adopters. Du hast eine klare Vorstellung davon, wie du den Markteintritt angehen willst.

Produkt

Du weisst, wie dein Produkt aussehen soll. Du kennst die Alleinstellungsmerkmale (USP) und den Mehrwert deines Produkts. Du kennst die wichtigsten Eigenschaften und wie sie entwickelt und getestet werden. Der Vorteil für die Anwender ist klar erkennbar. Du weisst, ob und welche Partner du brauchst, um das Produkt zu entwickeln.

Geschäftsmodell

Du verfügst über ein nachvollziehbares Geschäftsmodell, das als langfristig tragfähig angesehen wird. Du kennst alle Kosten (Fixkosten und variable Kosten). Du hast die relevanten KPIs definiert, um deinen Erfolg überwachen zu können. Du kannst nachweisen, dass deine Kunden bereit sind, den aufgerufenen Preis zu zahlen.

Teamzusammensetzung

Du weisst, welche Skills erforderlich sind, um dein Produkt erfolgreich zu entwickeln und zu positionieren. Du hast ausgearbeitet, wie Entwicklung, Betrieb und Marketing langfristig sichergestellt werden können. Du verfügst über ein leistungsfähiges Team, das alle erforderlichen Skills abdeckt. Der Personalbedarf ist gedeckt. Alle Teammitglieder fühlen sich bei der Arbeit wohl und motiviert.

Pitch

Du weisst, bei wem du um die GoldBox pitchen musst. Dein Pitch enthält alle relevanten Elemente deines Geschäftsmodells und ist zielführend strukturiert. Alle Dimensionen (Desirability, Viability, Feasibility, Strategic Fit) werden angesprochen und die Story ist auf verständliche Weise strukturiert und interessant.

Finanzierung

Du bist dir im Klaren darüber, wie umfangreich deine finanziellen Ressourcen für den POC sein müssen, und das Budget ist durch jemanden gesichert. Du kennst die Kosten einer potenziellen Markteinführung oder eines Rollouts im Unternehmen und kannst diese auf einer Zeitleiste abbilden. Der GoldBox-Sponsor ist gefunden und das Budget für die Fortsetzung des Projekts gesichert.

