

So erstellen Sie Ihr Business Model Canvas – Ihre Strategie auf einen Blick

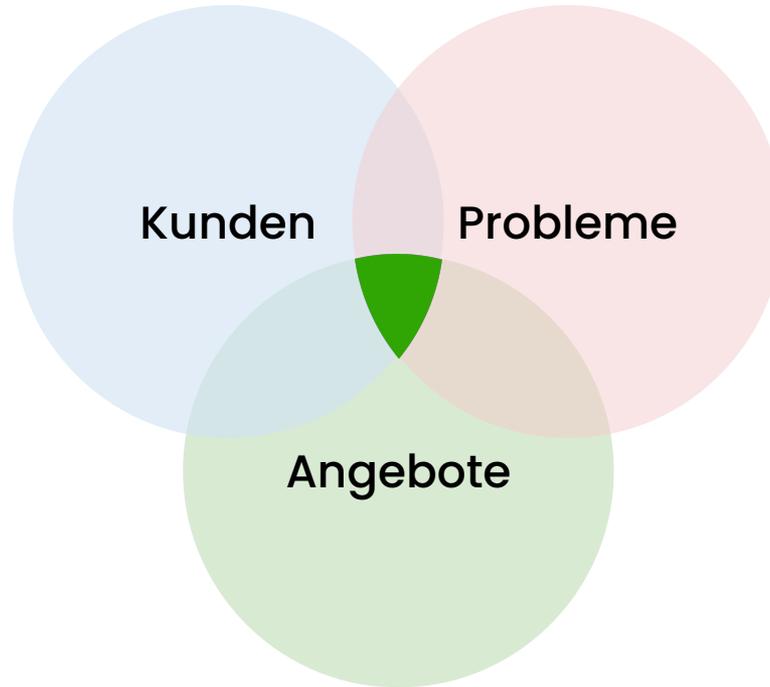
Präsentiert von Jamie Hänni

30

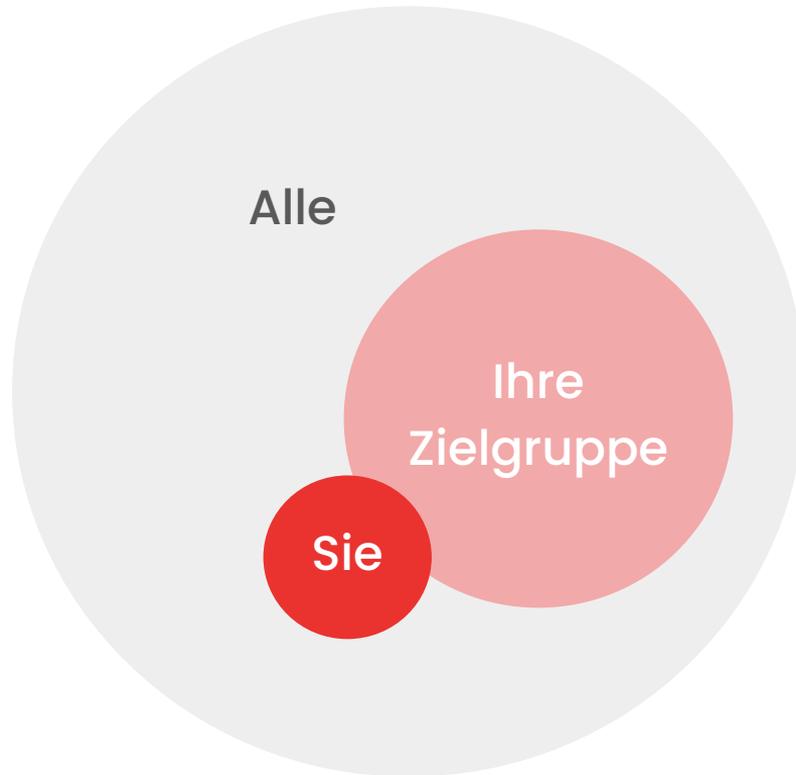
**Das komplette
Canvas (inkl.
Storytelling)**

Die Grundlage des Fundaments

Die Kraft der Nische



Ihre Kunden sind NICHT Sie und NICHT alle



Es dreht sich um die Kunden und ihre Bedürfnisse



Wenn es überhaupt ein Geheimnis des Erfolges gibt, so besteht es in der Fähigkeit, sich auf den Standpunkt des anderen zu stellen und die Dinge ebenso von seiner Warte aus zu betrachten wie von unserer.

– Henry Ford –

www.entfalt.de

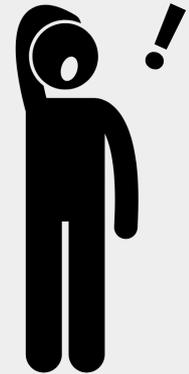
Der Kunde hat ein
Problem oder
eine Frage



Was braucht Ihr Kunde,
um die Brücke zu
überqueren?



Kundenproblem
oder Frage wurde
gelöst!



Nischen-Formel

Wir verhelfen **Kunden** zur **Lösung** mit **Angebot**

Fallbeispiel

Persona 'Weiblicher Young Professional'



Etwa 30 Jahre alt

Frau

Beziehung (keine Kinder)

Karriere im Aufbau

Fleißig und verantwortungsbewusst

Perfektionistin, fokussiert auf Harmonie

Macht ihren Job sehr gut

„bestes Pferd im Stall“

Kein Blick auf sich selbst

Was braucht die Kundin, um die Brücke zu überqueren?

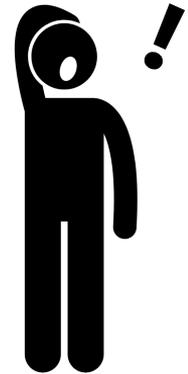
Problem: ständig müde, erschöpft, Ängste, Panik-Attacke, permanent nervös



'Einfach ich': Online-Programm & persönliche Begleitung, 8 Wochen



Lösung: gelassen bleiben und das Leben entspannter genießen können



Beispiel Nischen-Formel

Ich zeige

gestressten Frauen

wie sie

trotz vieler Verpflichtungen gelassen bleiben und ihr Leben entspannter genießen können

mit

meinem Online-Programm und persönlichen Coaching-Begleitung

WE OFFER 3 KINDS OF SERVICES

GOOD-CHEAP-FAST

BUT YOU CAN PICK ONLY TWO

GOOD & CHEAP WON'T BE **FAST**

FAST & GOOD WON'T BE **CHEAP**

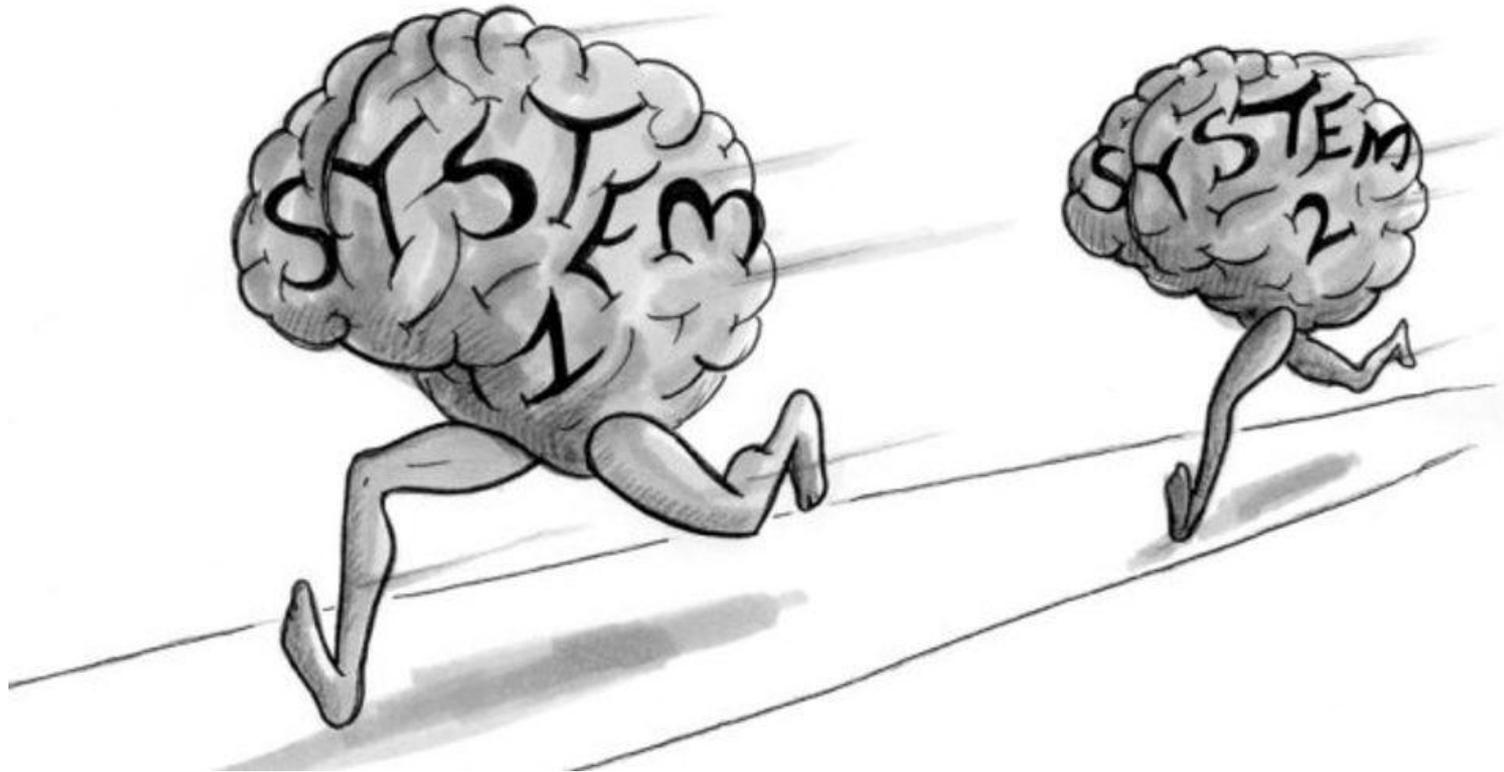
CHEAP & FAST WON'T BE **GOOD**

Mehrere Kundensegmente: mehrere Nutzenversprechen

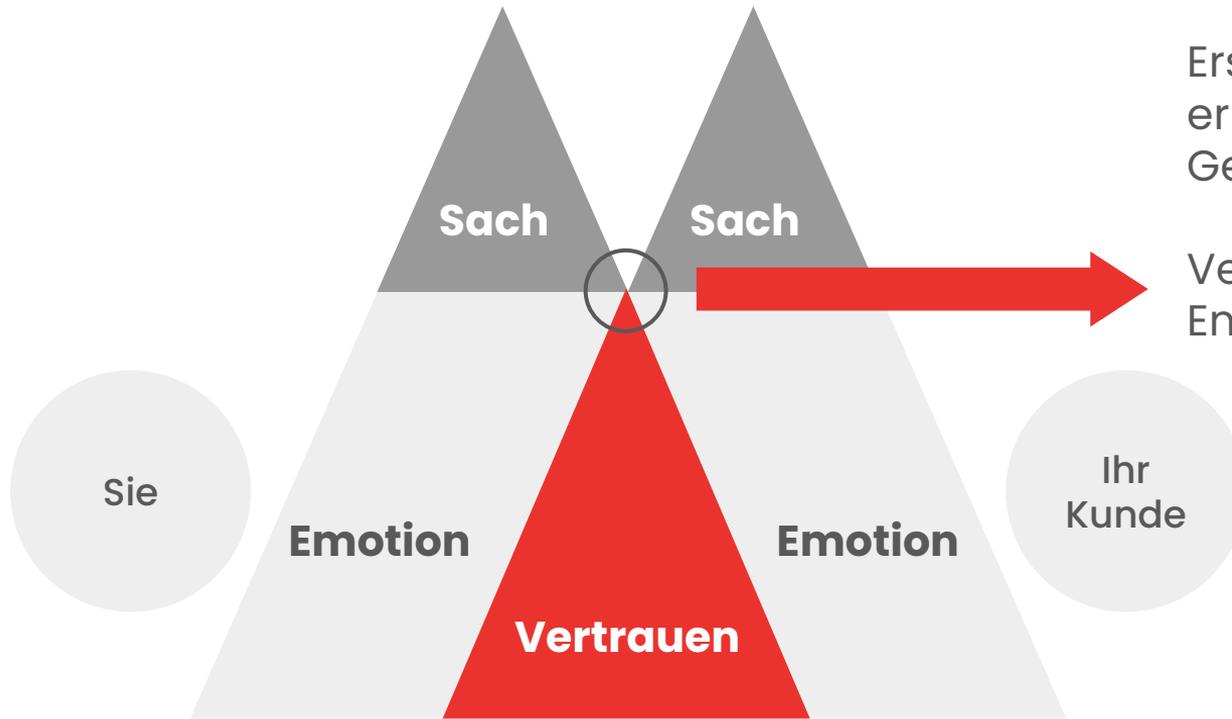


Storytelling

Schnelles vs. langsames Denken



Emotionen vs. Sachliche

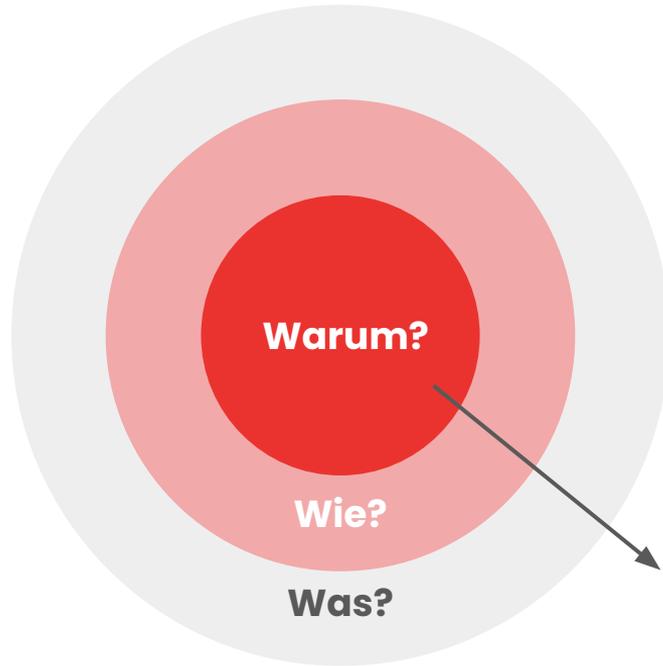


Erst zu diesem Zeitpunkt erreicht man das Gegenüber mit der Sache!

Vertrauen → durch Emotionen & Gefühle

**Machen Sie Ihre Kunden zu den Helden,
nicht Ihr Unternehmen**

Der goldene Kreis: Es beginnt mit dem Warum



Simon Sinek: Wie große Führungspersonlichkeiten zum Handeln inspirieren

14.687.238 Aufrufe • 04.05.2010

👍 188.717

💬 3903



TEILEN



SPEICHERN



TED

19,9 Mio. Abonnenten

ABONNIEREN

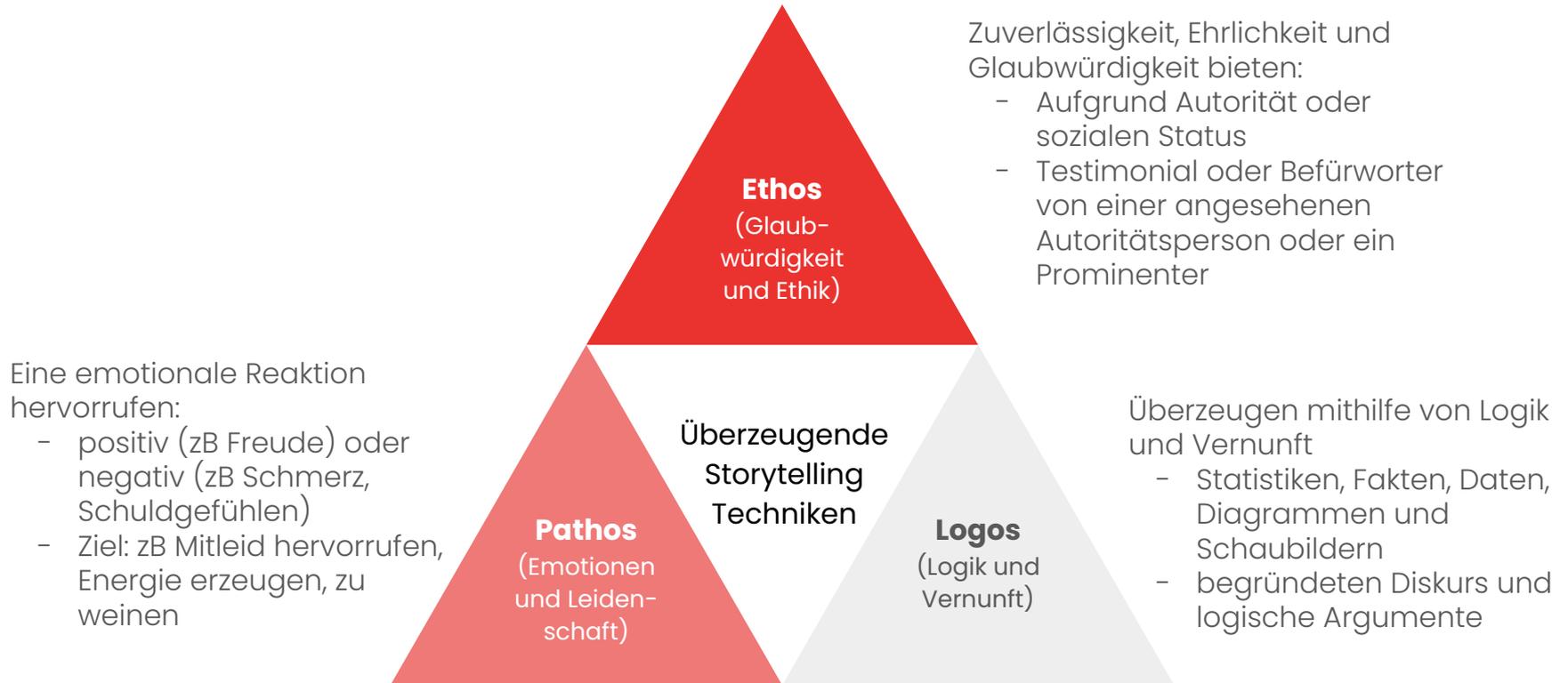
Beispiele für “Warum-Texte”

“Es gibt keinen besseren Ort, um sich selbst zu entdecken, als die Berge. Die Kraft, die Unerschütterlichkeit, die Ruhe der Millionen Jahre alten Felsenriesen. Alles Tugenden, die in einer hektischen Welt nur schwer zu erleben sind. Deshalb entwickeln wir Skier, die das Skifahren für jeden möglich machen. Wir wollen, dass Sie die Faszination der Berge erleben und die Freiheit auf dem Gipfel genießen.”



“Für uns ist Kaffee mehr als ein gesundes Genussmittel, mehr als Vielfältigkeit in Geschmack und Charakter. Kaffee steht am Anfang echter Freundschaften und grosser Liebesgeschichten und am Ende von Streitigkeiten und anstrengenden Tagen. Kaffee ist der Stoff, der uns verbindet.”

Aristoteles' rhetorisches Dreieck



Storytelling: Der Kunde ist der Held

Der Kunde ist der Held, nicht Sie

Kundenbedürfnisse
wirklich verstehen

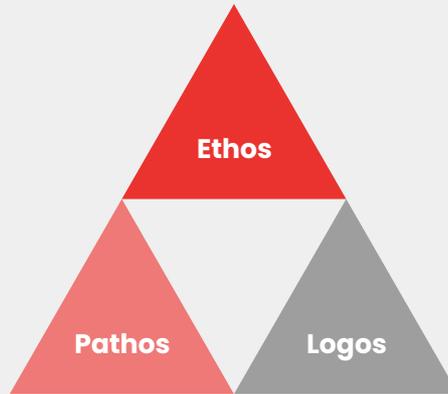
Einladende Perspektive
bieten



Emotionen des Kunden ansprechen

Vertrauen aufbauen

Nicht nur trockene Fakten



In der Sprache der Kunden

Verständliche Texte, die
ansprechen

Kein 13 im Dutzend
Blablabla

Kein Jargon

support@swissmademarketing.com