

Ihre Geschäftsidee

Prüfen Sie Ihre Geschäftsidee! Je häufiger Sie nein ankreuzen, desto kritischer sollten Sie Ihre Idee noch einmal überprüfen!

Checkliste Geschäftsidee

	ja	nein
<u>Haben Sie klar definierte Zielgruppen?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Kennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Löst Ihr Angebot (Produkt, Dienstleistung) ein dringendes Problem Ihrer Zielgruppe?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Bringt Ihr Angebot einen erkennbaren Nutzen (Bedürfnisbefriedigung) für den Kunden?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Kennen Sie Ihre potenziellen Kunden wirklich gut?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Haben Sie bereits intensive Kontakte zu potenziellen Kunden?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Kennen Sie die Vor- und Nachteile Ihres Angebots aus Sicht der Kunden?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Gibt es genügend Käufer für Ihr Angebot?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Hält sich die Macht Ihrer Kunden in Grenzen? Gibt es genügend potenzielle Kunden?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Haben Sie eine Marktnische gefunden? Unterscheiden Sie sich deutlich von den Wettbewerbern?</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Checkliste Geschäftsidee

ja

nein

Haben Sie einen Vorsprung vor den Wettbewerbern?

Sind Sie in der Lage Ihre Wettbewerber in entscheidenden Punkten zu schlagen.

Gibt es ein Marktwachstum in Ihrer Branche?

Ist der Markt groß genug für einen weiteren Wettbewerber (Sie)?

Hält sich der Wettbewerbsdruck in Grenzen? Gibt es nicht zu viele Wettbewerber?

Kann man in dem Markt vernünftige Preise erzielen?

Haben Sie die Reaktionen der Wettbewerber einkalkuliert?

Hält sich die Macht der Lieferanten in Grenzen? Gibt es genügend potenzielle Lieferanten?

Haben Sie klare Vorstellungen darüber, wie Sie Ihr Angebot kommunizieren wollen?

Haben Sie einen wirksamen Vertrieb auf den Sie bauen können?

Sind Ihre Preise am Markt durchsetzbar?
