

Validieren Sie Ihre Startup-Idee [20 Fragen, die Sie sich stellen sollten]

Das Validieren Ihrer Geschäftsidee soll Ihnen helfen, sicherzustellen, dass die Voraussetzungen für den Start Ihres Projekts erfüllt sind und Sie die erforderlichen Kompetenzen und Fertigkeiten, sowie die richtigen Eigenschaften mitbringen, um aus einer Idee ein erfolgreiches Unternehmen zu gründen. Es dauert eine gewisse Zeit, um Antworten auf alle Fragen bezüglich der Überlebensfähigkeit Ihres Startups zu bekommen. Sehen wir uns die 20 Fragen zur Validierung Ihrer Startup-Idee an.

1. Beschreibung Ihrer Tätigkeit

Es ist wichtig, Ihre Geschäftstätigkeit klar zu definieren, und zwar nicht nur die Idee selbst, sondern auch, wie Sie sich die Markteinführung und die Weiterentwicklung vorstellen.

Was genau ist Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung?

Bestimmen Sie genau, was Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ist und was Sie vermarkten werden. Ist es etwas Neues oder eine Ergänzung zu einem bestehenden Produkt?

Welche Art von Kunden glauben Sie, erreichen zu können?

Bevor Sie genauere und tiefergehende Analysen Ihrer Zielgruppe durchführen, segmentieren Sie den Markt. Handelt es sich um einen identifizierbaren Kundenkreis? Eine eher schwierig abzugrenzende Kundschaft? Eine lokale Klientel?

Welchen spezifischen Bedarf deckt das Produkt oder die Dienstleistung?

Diese Frage ist fundamental. Es könnte passieren, dass zwischen ihrem angebotenen Produkt und den Kundenbedürfnis möglicherweise eine zu grosse Diskrepanz herrscht. Wurde eine Bedarfsanalyse durchgeführt? Bringt die Lösung, die Sie anbieten werden, Ihrem Kunden einen wirklichen Nutzen?

Wie wird das Produkt oder die Dienstleistung genutzt?

Wenn Sie zeigen, wie Ihr zukünftiges Produkt oder Ihre Dienstleistung funktionieren soll, müssen Sie wissen, ob es die Anforderungen Ihrer Kunden erfüllt. Man sollte sich in den Kunden hineinversetzen können und seine Erwartungen kennen.

Wie soll es verkauft werden?

Sie sollten wissen, wie Ihr Produkt verkauft werden soll. Über das Internet? In einem Geschäft? In welcher Art von Geschäft und auf welcher Verkaufsfläche?

Sind Sie innovativ?

Handelt es sich bei Ihrem Startup-Projekt um ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung oder um eine Verbesserung dessen, was bereits existiert? Durch Innovation können Sie sich ganz erheblich von Ihrer Konkurrenz unterscheiden.

Was sind die Stärken Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung?

Wenn Sie Ihre Stärken kennen, haben Sie bereits einen Vorteil gegenüber Ihren Wettbewerbern. Allerdings müssen Sie Ihre Stärken kritisch analysieren, um sicherzugehen, dass sie ausreichen, um Ihr Startup von der Konkurrenz abzuheben.

Welche Einschränkungen gibt es in Bezug auf Ihr Projekt?

Untersuchen und bewerten Sie die Schwierigkeiten die sich bei der Umsetzung ergeben können, sei es aufgrund der Eigenschaften des Produkts oder Probleme bei der Herstellung und dem Vertrieb. Oder aufgrund eines falschen Verständnisses Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung, das auf eine ungenügende Kommunikation Ihrerseits zurückzuführen sein kann.

Unterliegen Ihre Tätigkeit und Ihre Branche Ad-hoc-Verordnungen?

Sie sollten die spezifischen Gesetze für die Gründung eines Startups, die administrativen und steuerlichen Verpflichtungen in der Schweiz, sowie die Gesetze des Kantons, in dem Sie sich niederlassen werden, kennen.

2. Zielmarkt : das Ziel

Was ist die Art und Grösse des Zielmarktes?

Ist der Markt, den Sie ansprechen wollen, lokal, kantonal oder national? Haben Sie den Markt segmentiert, um Ihre potenziellen Kunden in homogene Gruppen einzuteilen? Sind Sie in einem B2C- oder B2B-Markt tätig? Sind Sie in einem saisonalen Markt tätig? Haben Sie eine neue Marktlücke entdeckt?

Was ist Ihr Ziel?

Jetzt geht es darum, Ihre potenziellen Zielgruppen zu definieren und vor allem diejenige, die Sie hauptsächlich erreichen wollen.

Was sind die Markttrends?

Ist Ihr Zielmarkt vielversprechend und wird daher bald mehr Konkurrenz auftauchen? Handelt es sich um einen bereits entwickelten Markt, in dem Sie sich deutlich von Ihrer Konkurrenz unterscheiden müssen?

Welche sind die Eintrittsbarrieren?

Ihr Eintritt auf den Zielmarkt setzt eine eingehende Analyse dieses Marktes voraus, ein gutes Netzwerk an Kontakten und je nachdem eine gewisse Produktionskapazität.

3. Das persönliche Projekt

Was ist Ihre Motivation?

Ohne Motivation wären Sie weder Unternehmer, noch würden Sie ein Startup gründen wollen. Motivation ist eine wichtige Voraussetzung, kann aber unzureichend sein oder zu Fehlern führen.

Welche Ziele haben Sie?

Sie sollten eine klare Vision von Ihrem geplanten Startup haben. Sowohl was Sie, als auch ihre potentiellen Mitbegründer betrifft.

Was sind Ihre Fähigkeiten?

Idealerweise sind Sie nicht nur bei der Ausübung Ihrer Geschäftstätigkeit erfolgreich, sondern auch im Vertrieb und im Management.

Sind Sie belastbar?

Betrachten Sie mögliche Misserfolge als Antrieb für Wachstum und Fortschritt und nicht als Bedrohung, die es zu vermeiden gilt. Herausforderungen, das Treffen von Entscheidungen und Lösen von Problemen lassen uns wachsen.

Kommunizieren Sie gut?

Sicherlich wissen Sie, dass Sie Ihre Kommunikationsfähigkeiten voll ausschöpfen müssen. Dies ist ein wichtiger Aspekt, aber als Gründer wird Sie diese Herausforderung nicht abschrecken.

Welche persönliche Sorgen könnten Sie haben?

Denken Sie gut nach. Ein Unternehmen zu gründen ist vor allem in der Anfangszeit sprichwörtlich kein Zuckerschlecken. Vernachlässigen Sie auch hierbei Ihr Privatleben nicht, um so Zeit für Ausgleich und Erholung zu schaffen

4. Validieren Sie Ihre Idee

Dies ist der letzte Schritt. Machen Sie eine Bestandsaufnahme der Antworten auf die obigen 20 Fragen und leiten Sie daraus Ihre Stärken und Schwächen ab. Un dem Ende, nachdem Sie Ihre Startup-Idee der Realität gegenübergestellt haben, liegt es an Ihnen, zu entscheiden, ob es sich lohnt, sie zu verwirklichen.