

# Inhalt

---

Einleitung	1
Sechs Themen und 24 Schritte	11
<b>Schritt 0</b>	
Der allererste Schritt	15
<b>Schritt 1</b>	
Marktsegmentierung	23
<b>Schritt 2</b>	
Wählen Sie einen Eintrittsmarkt aus	47
<b>Schritt 3</b>	
Erstellen Sie ein Endanwender-Profil	55
<b>Schritt 4</b>	
Berechnen Sie die Größe des Gesamtzielmarktes (Total Addressable Market) für den Eintrittsmarkt	65
<b>Schritt 5</b>	
Erstellen Sie die Persona für den Eintrittsmarkt	77
<b>Schritt 6</b>	
Komplette Lebenszyklus-Fallstudie	93
<b>Schritt 7</b>	
High-Level-Produktspezifikation	103

<b>Schritt 8</b>	
Wertangebote (Value Propositions) quantifizieren	117
<b>Schritt 9</b>	
Die nächsten zehn Kunden ermitteln	127
<b>Schritt 10</b>	
Die Kernkompetenz definieren	135
<b>Schritt 11</b>	
Skizzieren Sie Ihre Wettbewerbsposition	147
<b>Schritt 12</b>	
Die verantwortliche Entscheidungsinstanz der Kunden bestimmen	157
<b>Schritt 13</b>	
Planen Sie den Prozess zur Gewinnung zahlender Kunden	167
<b>Schritt 14</b>	
Berechnen Sie die Größe des Gesamtzielmarktes für Zweitmärkte	177
<b>Schritt 15</b>	
Ein Geschäftsmodell entwerfen	185
<b>Schritt 16</b>	
Legen Sie Ihr Preismodell fest	199
<b>Schritt 17</b>	
Berechnen Sie den Lifetime Value (LTV) eines gewonnenen Kunden	209
<b>Schritt 18</b>	
Planen Sie den Verkaufsprozess, um einen Kunden zu gewinnen	225
<b>Schritt 19</b>	
Berechnen Sie die Kosten der Kundengewinnung (COCA)	235

<b>Schritt 20</b>	
Ermitteln Sie die wichtigsten Annahmen	253
<b>Schritt 21</b>	
Überprüfen Sie die wichtigsten Annahmen	259
<b>Schritt 22</b>	
Das Minimum Viable Business Product (MVBP) definieren	269
<b>Schritt 23</b>	
Zeigen Sie, dass das Produkt angenommen wird	281
<b>Schritt 24</b>	
Entwerfen Sie einen Produktplan	291
<b>Nachspiel: Eine Firma besteht aus mehr als 24 Schritten</b>	<b>299</b>
<b>Glossar</b>	<b>301</b>
<b>Über den Autor</b>	<b>305</b>
<b>Über die Fachgutachter der deutschen Übersetzung</b>	<b>307</b>
<b>Index</b>	<b>309</b>