

Mini Lean Canvas

Wie füllst du das Mini Lean Canvas aus?

Es gibt zwei Startpunkte für das Mini Lean Canvas:

- 1) Du hast eine Idee oder eine Lösung: Dann fülle erst Feld 3, dann 2 und anschliessend 1 aus.
 - 2) Du hast ein Problem, welches du lösen willst: Starte mit Feld 1, dann 2 und dann 3.
- Anschliessend fülle die Felder 4 bis 7 aus.

Das Ausfüllen des Mini Lean Canvas ist ein iterativer Prozess. Stelle sicher, dass deine Angaben über das gesamte Canvas hinweg konsistent sind. Gehe bei Bedarf einen Schritt zurück, um dies sicherzustellen.

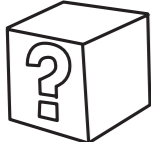
Weitere Infos:
smart-up-map.ch/idee-und-konzept/entwicke-deine-idee/mini-lean-canvas



Titel _____

1 Hauptprobleme oder Hauptbedürfnisse

Bitte beschreibe die wichtigsten Probleme oder Bedürfnisse, die dein Geschäftsmodell adressiert. Identifiziere die 1-3 grössten Herausforderungen deiner Kundschaft und Nutzenden mit den aktuellen Lösungen, basierend auf Interviews und Kundenprofilen.


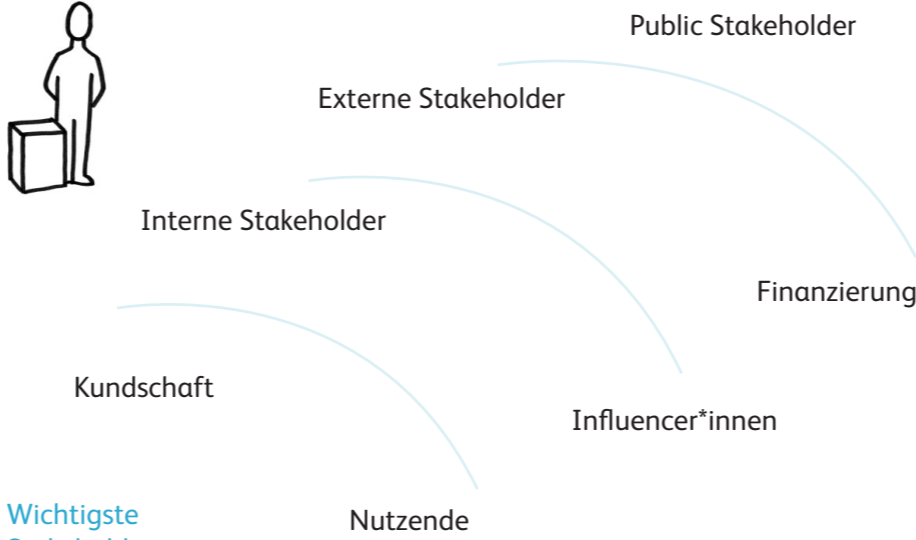


«Wie könnten wir» -Frage

Leite aus der Idee oder Problemstellung eine «Wie könnten wir...»-Frage ab:
 Wie könnten wir [Nutzer*in, Kundin/Kunde] _____ helfen,
 [ein bestimmtes Ziel] _____ zu erreichen?

2 Kundensegmente & Stakeholder


Liste die Ziel- und Nutzendengruppen auf, identifiziere die Hauptkundinnen und Kunden und wer überzeugt werden muss. Berücksichtige den Unterschied zwischen B2B und B2C sowie mögliche Distributor*innen oder Kundschaft der Kundin/ des Kunden.

Wichtigste Stakeholder

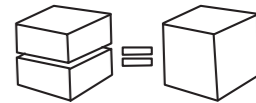
3 Lösung

Beschreibe eine Lösung für jedes Problem.
 Tipp: Stelle sicher, dass deine Lösung besser ist als die existierenden Alternativen.



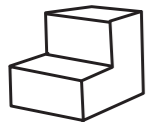

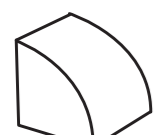
Kurz-Konzept / Analogie

«X für Y» Analogie
 Gibt es eine einfache Analogie? (z.B. YouTube = Flickr für Video)



4 Existierende Alternativen



Wie wurden diese Probleme bisher gelöst?
 Was sind die wichtigsten Konkurrenzprodukte?
 Hinterfrage, was du davon lernen und besser machen kannst!

Pains der exist. Alternativen →

5 Kundenprofil

Beachte den Unterschied zwischen Nutzenden und Kundschaft. Fokussiere auf die Kundschaft. Die Nutzenden nutzen das Angebot, die Kundschaft bezahlt dafür, dass die Nutzenden es nutzen können. Das können zwei unterschiedliche Personen sein. Beispiel: Google

6 Wertangebot

Welchen Wert vermittelst du der Kundin oder dem Kunden?
 Wie unterstützt deine Lösung die Kundschaft in der Aufgabenerfüllung von speziellen Anwendungsfällen, welche für sie wichtig sind?