

| KickBox Scorecard | Wert für die Kunden | | Wert für die Firma | | | | | Fähigkeit der Firma | | | | Risiko | | |
|-------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------|---------------------|----------------------|------------|--------------------|-----------------|---------------------------|-------------|
| Konzept | Dringendes Problem | Überzeugende Lösung | Nachhaltiger Vorteil | Adressierbarer Marktumfang | Zukünftige Marktentwicklung | Zukünftige Entwicklungen | „Wow“-Effekt | Marktfähigkeit | Technologiefähigkeit | Reputation | Strategiefähigkeit | Marktsicherheit | Technologische Sicherheit | Prüfbarkeit |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |

Skala 1 – 5 (1 = schlecht / 5 = sehr gut)

Copyright Adobe 2014. This Work is licesed under a Creative Commons Attribution License.

Dringendes Problem für die Kunden

Wie sehr wünschen sich die Kunden die Lösung? Wieviel würden sie dafür bezahlen? Wie gross ist das Problem und wie hoch die Dringlichkeit? Gibt es bereits eine Lösung?

Überzeugende Lösung

Wie gut ist die Lösung? Erfüllt sie jede Anforderung des Problems? Verstehen die Anwender die Lösung? Müssen sie ihr Verhalten ändern?

Nachhaltiger Vorteil

Ist die Markteinführung erfolgreich: Wie lange währt der Vorteil? Gibt es Mitbewerber? Lässt sich das Prinzip leicht kopieren? Und gibt es Mittel, um das zu erschweren oder zu verhindern?

Adressierbarer Marktumfang

Wie gross ist das Marktvolumen, das heute erreicht werden kann? Ist es umfangreich genug, um den gewünschten Umsatz zu erzielen?

Zukünftige Marktentwicklung

Wächst der Markt momentan? Wird er in Zukunft weiter wachsen? Wie sieht die Entwicklung aus?

Zukünftige Entwicklungen

Könnte eine ähnliche Lösung erfolgreich sein? Entsteht daraus eine neue Funktionalität, ein neues Produkt, eine neue Produktlinie oder Branche?

„Wow“-Effekt

Ist das Ergebnis so einzigartig, dass die Leute anderen davon erzählen? Ist es so beeindruckend, dass die Unternehmensreputation gestärkt wird?

Marktfähig

Inwiefern können bestehende Vertriebs- und Marketingkanäle genutzt werden? Werden neue oder andere Verkäufer, Partner oder Verkaufsstellen benötigt?

Technologiefähig

Können Technologien, Verfahren und Know-how genutzt werden, die bereits im Unternehmen vorhanden sind?

Reputation

Ist das Ergebnis kompatibel mit dem Unternehmensimage? Könnten potenzielle Kunden verwirrt werden? Ist die Umsetzung rechtlich unbedenklich?

Strategiefähig

Fügt sich das Ergebnis in die aktuelle Unternehmensstrategie ein?

Marktsicherheit

Gibt es einen Markt? Existiert keine Konkurrenz, ist Misstrauen angebracht.

Technologische Sicherheit

Kann das Ergebnis technisch umgesetzt werden? Braucht es dafür neue Technologien und Entwicklungen?

Prüfbarkeit

Können die grössten Risiken wie effektives Kundenkaufverhalten, Marketingeffizienz oder Kosten früh genug überprüft werden?