G2M CHECK CANVAS

Erhalten Sie einen ersten Überblick, wo Sie beim Thema G2M-Strategie stehen & identifizieren Sie Potentiale.
Ein erster grober Überblick:

ANALYSE

STÄRKEN
z.B. USPs, Expertise, Innovationen, First-Mover...

CHANCEN
z.B. Nachfrage am Markt, wenig Konkurrenz, klare Differenzierung...

RISIKEN & SCHWÄCHEN
z.B. Finanzierung, fehlende Referenzen, Konkurrenz, Mindset, Know-how...

MARKT

COMPETITIORS - MARKET LEADERS
Wer führt den Markt an und warum?

COMPETITIORS - VERFOLGER
Welche Verfolger & Newcomer lohnt es sich im Blick zu behalten und warum?

POSITIONIERUNG
Wo stehen wir aktuell am Markt? Wo wollen wir hin? Wie schaffen wir das? Was hebt uns von der Konkurrenz ab?

ZIELGRUPPE

ZIELGRUPPE
Wer ist unsere Zielgruppe?

CUSTOMER JOURNEY MAPPING
Über welche Kanäle und Maßnahmen erreichen wir unsere Zielgruppe enlang des Sales-Funnels

BOTSCHAFTEN
Mit welchen Botschaften erreichen wir unsere Zielgruppe?

LEISTUNG

PROBLEM SOLVER
Welche Probleme lösen wir für unsere Kund*innen?

PRODUKTE
Welche Produkte lösen das Problem der Kund*innen?

VALUE PROPOSITION
Nutzenversprechen, das wir unseren Kund*innen mit unseren Produkten oder Dienstleistungen machen

ZIELE

ZIELSETZUNG
Welches Ziel setzten wir uns in welchem Zeitraum?

KPIs
Welche Fokus-KPIs konzentrieren wir uns?

OKRs
Wollen wir mit OKRs arbeiten? Wer ist OKR-Master? Wie lauten die ersten Objectives & Key Results?

ÖKOSYSTEM

MULTIPLIKATOREN: WIRTSCHAFT

MULTIPLIKATOREN: BILDUNG & WISSENSCHAFT

MULTIPLIKATOREN: SOZIALES & GESELLSCHAFT

RESSOURCEN

BUDGET
Budgetierung der G2M-Strategie inkl. Marketing/Kommunikations/Sales-Budgets

RESSOURCEN
Welche Ressourcen werden für die Umsetzung benötigt?

REVENUE STREAM
Wodurch werden Einnahmen generiert?

CONCLUSION

WHY
Warum und wofür ist die Unternehmensidee wichtig? (Sinn/Vision/Nutzen für Kund*innen)

HOW
Wie wird das Ziel erreicht? (Vorgehen, Prinzipien, Werte, USPs)

WHAT
Wie sieht die Unternehmensidee & die Zielsetzung konkret aus? (Versprechen, KPI, Zielzustand)

SCHULZE DARUP
Enablement Consulting