

Kernkunde: Kennt ihr euren vielversprechendsten Kunden?

Wer ist unser „Frank“?

Der Kunde, der am wahrscheinlichsten unser Produkt zu unserem gewünschten Preis kauft.

- 1 Erstellt eine Liste mit allen Kunden, die euch in den Sinn kommen, nicht nur mit euren Lieblingskunden. Berücksichtigt auch die Kunden, die aktuell bei euren schärfsten Konkurrenten kaufen, da diese „Prime Targets“ sein könnten.
- 2 Erstellt dann eine Liste mit den fünf Kunden, die am besten zur „Frank“-Checkliste passen.
 - > Für welche Fragestellungen und Probleme erwarten diese Kunden eine Lösung von euch?
 - > Was sind deren größte Schmerzen, Wünsche und Bedürfnisse? Wonach suchen, sehnen die sich?
 - > Holt euch Anregungen über den Value Proposition Canvas.
- 3 Diskutiert und listet unter jeder der Top-5-Kunden die jeweiligen Charakteristika, Eigenschaften, Attribute und sonstige Erkennungsmerkmale. Nutzt nach wie vor die „Frank“-Checkliste als Prüfstein.
- 4 Beschreibt euren „Frank“ in 10 bis 15 Wörtern. Nutzt einfache, klare und prägnante Wörter, die ausdrücken, wonach die Person im Zusammenhang mit eurem Leistungsangebot sucht (Value Proposition).

! Bevor ihr die Übung beendet, stellt sicher, dass jedes Wort bedeutend und wesentlich ist. Stellt euch dann die Frage: **„Wenn wir uns stark auf diesen ‚Frank‘ fokussieren und möglichst viele weitere davon finden, ist das die beste Weise, die uns Wachstum bringt?“** Könnt ihr diese Frage mit einem starken **„JA“** beantworten, so habt ihr euren „Frank“, ansonsten solltet ihr die Frage erneut bearbeiten.



Checkliste für „Frank“, unseren Kernkunden:

- > Eine reale Person mit Bedürfnissen, Wünschen und Ängsten
- > Bereit, zum gewünschten Preis in der gewünschten Quantität zu kaufen
- > Ist bereits heute in unserem Kundenstamm zu finden
- > Zahlt pünktlich, ist loyal und empfiehlt uns weiter

1. Unsere Kunden

2. Ist ein „Frank“?

1. Unsere Kunden	2. Ist ein „Frank“?
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	
13.	
14.	
15.	