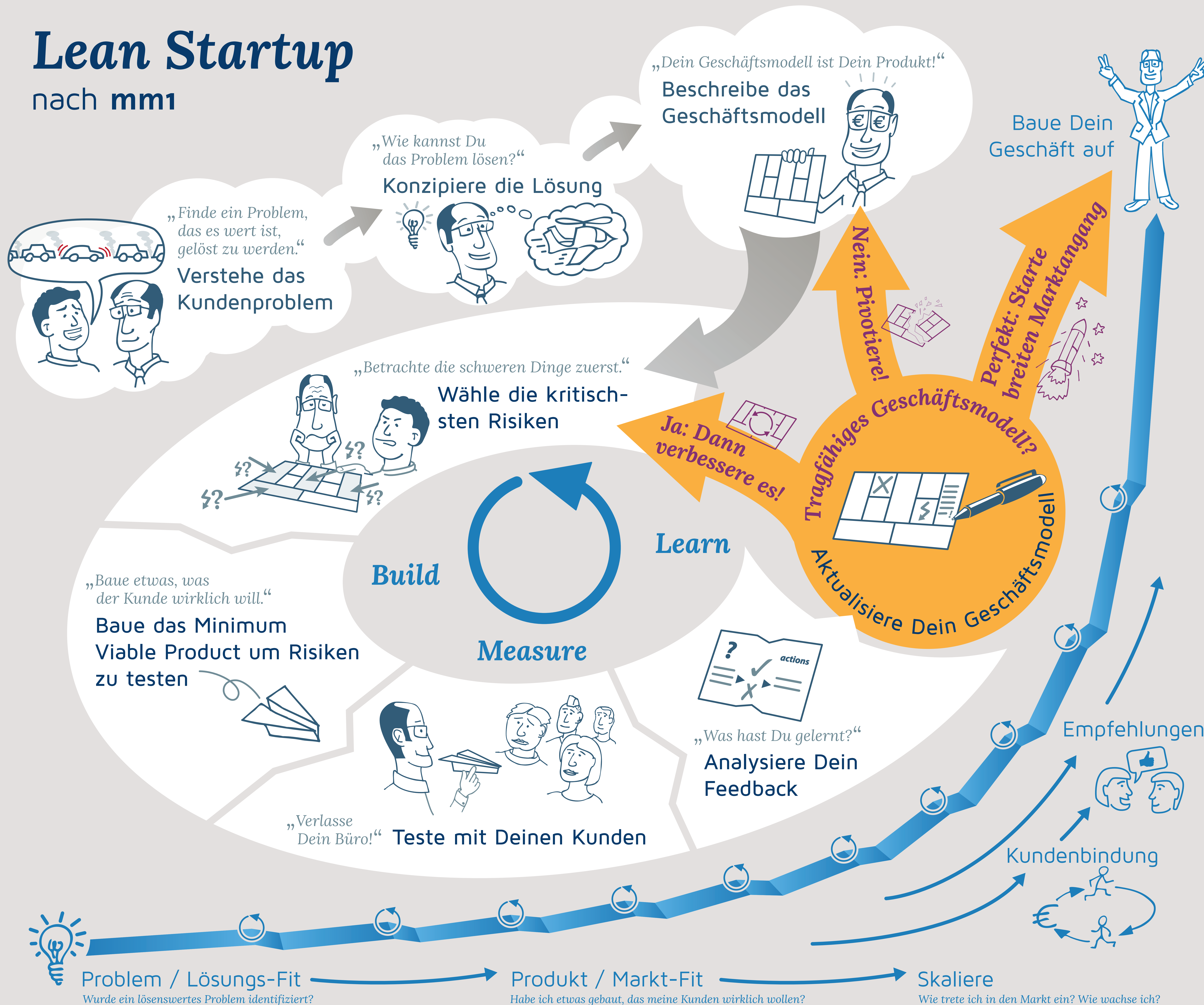


# Lean Startup

## nach mm1



Lean Startup ist ein Rahmenwerk für schlanke, erfolgreiche Neuproduktentwicklung und Unternehmensgründung. Lean Startup setzt auf frühestmögliche Markttests und kontinuierliches Lernen. Dies erfolgt durch schnelle und häufige Iteration und Validierung des Geschäftsmodells inklusive der Implementierung kundenorientierter Produkte bzw. Prototypen. Die Produktentwicklung ist klar am Zielkunden und seinen Problemen ausgerichtet.

### Das Problem des Kunden verstehen

Eine gut formulierte Problembeschreibung ist bereits die halbe Lösung. Daher musst du das Problem der Kunden tiefgreifend verstehen, bevor du dich auf die Suche nach einer Lösung begeben kannst.

#### Vorgehen:

1. Erkenne das Problem: Beobachten, Interviewen, Testen etc.
2. Verstehe das Problem: Zum Beispiel mit der 5-Why-Ursachenanalyse (Frage „Warum ist das ein Problem?“ fünfmal beantwortet) oder dem „Job-to-be-Done“-Ansatz („Was ist die Leistung, für die uns der Kunde beauftragt?“)
3. Beschreibe das Problem: z.B. im Stil einer User Story – „Als ein \_\_\_\_\_, brauche ich \_\_\_\_\_, damit ich \_\_\_\_\_.“

### Die Lösung konzipieren

Ist das Problem erst einmal verstanden, kannst du Lösungsideen skizzieren. Eine Lösung beschreibt, wie du dem Kunden ein Nutzen stiften willst. Falls für das Verständnis notwendig, kann deine skizzierte Lösung auch schon ins Detail gehen.

#### Vorgehen:

Ideation, Kreativitätstechniken, Analyse, wie Kunden das Problem heute lösen, etc.

### Das Geschäftsmodell beschreiben

Das Produkt ist nicht die Lösung, sondern ein funktionierendes Geschäftsmodell ist das Produkt. Am Anfang darfst du bei der Beschreibung des Geschäftsmodells auch Annahmen treffen. Auch muss das Geschäftsmodell anfangs nicht unbedingt vollständig sein.

#### Vorgehen:

- Zielgruppe identifizieren: Ist die Zielgruppe sehr groß, solltest du eine weitere Segmentierung durchführen und die attraktivste Kundengruppe auswählen.
- Anschließend füllst du das Geschäftsmodell, z.B. den Business Model Canvas nach Alex Osterwalder oder aber den Lean Canvas nach Ash Maurya, für die Zielgruppe aus. Natürlich sind auch mehrere Zielgruppen denkbar, zum Beispiel bei mehrstufigen Geschäftsmodellen mit Partnern.

### Die kritischen Risiken auswählen

Damit das Geschäftsmodell erfolgreich sein kann, solltest du die darin enthaltenen Risiken systematisch identifizieren und prüfen. Dabei fängst du mit den Risiken an, die für den Erfolg am kritischsten sind. Diese sind als falsifizierbare Hypothesen zu formulieren, denn nur dies erlaubt ein eindeutiges Testergebnis und Lernen.

#### Vorgehen:

1. Liste die kritischsten Risiken (Hypothesen) des Geschäftsmodells auf
2. Strukturiere die Risiken nach
  - a. Produktisiko: Problemverständnis, größter Schmerzpunkt
  - b. Kundenrisiko: Testen des Zielkundensegments
  - c. Marktrisiko: Existierende Alternativen, Wettbewerbspunkte (z.B. Preis)
3. Priorisiere die Risiken

### Das Minimum Viable Product (MVP) bauen

Das MVP startet mit einer Produktvision. Diese bleibt immer bestehen, auch wenn das MVP später angepasst wird. Das MVP enthält den kleinsten Umfang an Funktionen, der ein validiertes Lernen über den Kunden ermöglicht. Das MVP muss nicht die gleiche Form wie das finale Produkt haben. Es dient dazu, Risiken zu überprüfen, bevor die Produktentwicklung zu weit fortgeschritten ist.

#### Vorgehen:

Paper Prototype, Smoke Test (Werbung ohne Produkt), Concierge MVP (Full-Service-Kontakt, bei dem du für den Kunden alle Aufgaben durchführst, die vom Produkt ausgeführt werden würden.)

### Mit Kunden testen

Kommunikation mit anderen Menschen ist der Schlüssel zum kontinuierlichen Lernen. Mit Hilfe von Experimenten (Tests) mit deinem MVP überprüfst du die kritischsten Risiken, die für die Erfüllung der Produktvision getestet werden müssen. Jedes Experiment muss falsifizierbar und zeitlich klar begrenzt sein („timebox“). Der zu testende Umfang an Risiken pro Experiment sollte nicht zu groß sein, um schnelle Build-Measure-Learn Iterationen zu erlauben.

#### Vorgehen:

- Definiere Deine Erfolgskennzahl: Konzentriere dich auf eine einzige Erfolgskennzahl. Die Auswahl der Erfolgskennzahl sollte davon abhängig sein, auf welcher Stufe sich das Produkt befindet. (Siehe hierzu auch Pirate Metrics von Dave McClure)
- Berechne das Experiment vor: Definiere dein Experiment inkl. zu testender Risiken, falsifizierbaren Hypothesen, dem zu erwartenden Ergebnis und dem Set-up (Dauer, Teilnehmerzahl etc.).
- Teste mit Kunden: Du fragst die Kunden nicht direkt. Vielmehr beobachtest du, wie sie auf das MVP reagieren und ob sie bereit sind, etwas dafür zu bezahlen.

### Feedback analysieren

Lernen ist das wahre Maß des Fortschritts! Es gibt keine gescheiterten Experimente, nur unerwartete Ergebnisse. Je schneller du aus einer Hypothese validiertes Lernen erhältst, desto schneller wird dein Fortschritt in Richtung eines erfolgreichen Geschäftsmodells.

#### Vorgehen:

Dokumentiere und analysiere die geführten Gespräche und das erhaltene Feedback. Ziehe Rückschlüsse für das Produkt und die nächsten Schritte.

### Das Geschäftsmodell aktualisieren

Lebe die Kultur ständiger Verbesserung und ändere die Richtung bzw. pivotiere, wenn nötig. Geschäftsmodelle sind nicht in Stein gemeißelt. Entscheidend ist es, dass du die Reaktionen des Markts schnell in Verbesserungen umsetzt.

#### Vorgehen:

Basierend auf den Ergebnissen der Experimente passt du das Geschäftsmodell und die formulierten kritischsten Risiken an.

Kontakt: office@mm1.de www.mm1.de www.lean-startup-poster.de