



Start-up Marketing I

Zeigen Sie Fortschritte in der Marktdurchdringung

Dr. Manuel Effenberg
Head of E-School
Hasso-Plattner-Institut, Potsdam

Unsere Agenda...

1. Wie merken Sie den Product/Market Fit?
2. Sean Ellis Test
3. „AARRR-Metrics“
4. Arbeiten mit dem Conversion Dashboard

Wie merken Sie den Product/Market Fit?

Product/Market Fit: Befinden Sie sich in einem attraktiven Markt mit einem Produkt, das die Bedarfe der Kunden ausreichend befriedigt?

*...Man spürt aber auch immer, wenn der Product/Market Fit sich einstellt. **Die Kunden reißen einem das Produkt aus der Hand, dass man kaum nachkommt** – oder die Anwendungen nehmen so schnell zu, wie man weitere Server ergänzen kann. Auf dem Firmenkonto stapelt sich das Geld Ihrer Kunden.... (Marc Andreessen)*

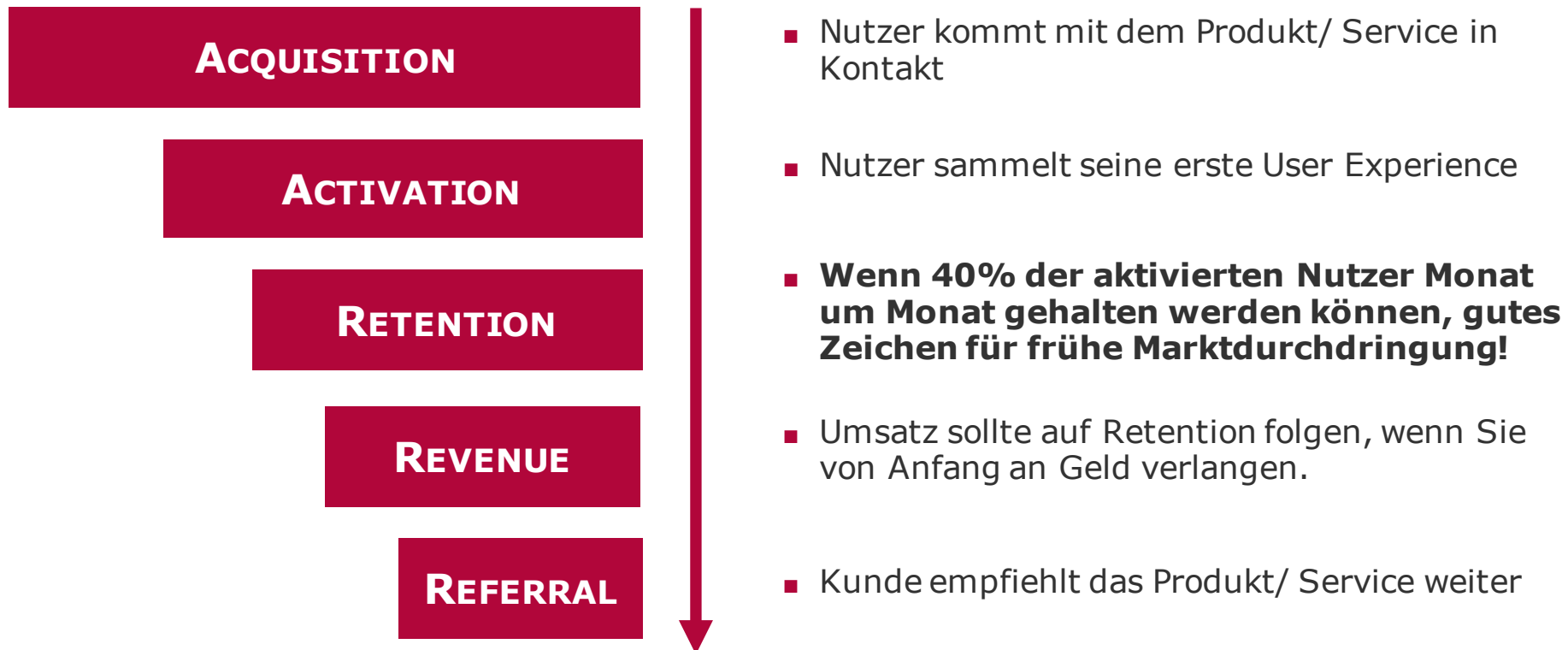
→ Voraussetzung für den Product/Market Fit ist somit Marktdurchdringung

Sean Ellis Test

- Meinungsumfrage unter aktuellen Nutzern
- Schlüsselfrage: Wie würde es Ihnen gehen, wenn Sie das Produkt/ den Service nicht mehr verwenden könnten?
 - Sehr enttäuscht
 - Etwas enttäuscht
 - Nicht enttäuscht (so nützlich ist es gar nicht)
 - Kein Angabe – Ich verwende das Produkt/ den Service nicht mehr
- Wenn mehr als 40 % angeben, dass sie ohne das Produkt/ den Service sehr enttäuscht wären = gute Chance für ein „**Must-have-Produkt**“
- Problem: Umfrage = Verifizierung; kein Erkenntnisgewinn!

<http://www.startup-marketing.com/using-survey-io/>

„AARRR-Metrics“





Vielen Dank

Dr. Manuel Effenberg
Head of E-School
Hasso-Plattner-Institut, Potsdam