

Tool D: Identifikation von Kundenbedürfnissen in einem potenziellen Zielmarkt

Ziel & Nutzen des Tools

Das Verstehen von lokalen Kundenbedürfnissen ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Unternehmen mit ihrem Leistungsangebot in neuen Zielmärkten erfolgreich sein können. Aufgrund unterschiedlicher kultureller Gegebenheiten und Nutzungsgewohnheiten können sich die Kundenbedürfnisse in einem Auslandsmarkt von jenen des Heimatmarktes unterscheiden. Folglich kann es auch notwendig sein, Produkteigenschaften an die lokalen Gegebenheiten anzupassen. Dieses Tool hilft Ihnen dabei, mögliche Kundenbedürfnisse in einem Zielmarkt zu identifizieren und diese in konkrete Produkteigenschaften zu übersetzen.

Anleitung

1. Definieren Sie mindestens fünf Kundenbedürfnisse am Zielmarkt. Reihen Sie die Kundenbedürfnisse nach Ihrer Relevanz („*Ranking*“, 1 = am wichtigsten).
2. Überlegen Sie, welchen konkreten Nutzen ein Produkt bieten muss, um das jeweilige Bedürfnis zu decken. Tragen Sie Ihre Ideen stichwortartig in die Spalte „*Kundennutzen*“ ein.
3. Überlegen Sie im letzten Schritt, welche Produkteigenschaften erforderlich sind, um die einzelnen Nutzenerwartungen des Kunden erfüllen zu können. Tragen Sie diese stichwortartig in die letzte Spalte „*Produkteigenschaften*“ ein. Die Wichtigkeit der Produkteigenschaften ergibt sich aus dem Ranking der Kundenbedürfnisse aus Schritt 1.

Ein Beispiel: Ein holländisches Unternehmen, welches eBikes herstellt, möchte den österreichischen Markt mit seinen Produkten erschließen. Aus Gesprächen mit potenziellen Käufern wissen sie, dass ihre Zielgruppe ausgedehnte und entspannte Touren in den Bergen machen möchte (**Kundenbedürfnis**: ausgedehnte und entspannte Fahrradtouren). Dafür benötigt die Zielgruppe ein Fahrrad, das bei langen Bergauffahrten höchste elektronische Tretunterstützung bietet – und das auch während einer ausgedehnten Ganztages-Tour (**Nutzenerwartung des Kunden**: maximale Tretunterstützung während einer Ganztages-Tour). Diese Nutzenerwartung kann der Hersteller des eBikes nun durch verschiedene Produkteigenschaften sicherstellen, zum Beispiel durch einen leistungsstarken Motor und einen Austausch-Akku, der platzsparend am eBike montiert mitgenommen werden kann (**Produkteigenschaften**).

Tool

Kundenbedürfnisse	Ranking	Nutzenerwartung des Kunden (Kundennutzen)	Produkteigenschaften



Tipps & weitere Schritte

Aufbauend auf dem Ergebnis dieses Tools gilt es, die ermittelten Produkteigenschaften für den potenziellen Zielmarkt mit jenen des bereits existierenden Produktes am Heimmarkt zu vergleichen. Dies stellt die Grundlage für die Weiterentwicklung und Anpassung Ihres Produktes bzw. Geschäftsmodells für den erfolgreichen Eintritt in den neuen Zielmarkt dar. Des Weiteren ist es empfehlenswert, die identifizierten Kundenbedürfnisse des Zielmarktes näher zu erheben. Dabei können Sie klassische Methoden der Marktforschung anwenden, beispielsweise qualitative Einzel- oder Gruppeninterviews, Beobachtungen oder quantitative Befragungen. Möchten Sie gleichzeitig in mehrere neue Zielmärkte eintreten bzw. stehen verschiedene Zielmärkte zur Auswahl, können Sie das Tool pro Markt anwenden und die Ergebnisse miteinander vergleichen.