

## Werkzeug 4.3.3 100 TACOS-Anregungen

### Erinnerung

Weil innovative Produkte anfangs unbekannt sind, können potenzielle Kunden ihnen gegenüber Bedenken haben, die sie vom Kauf abhalten.

Je mehr ein innovatives Produkt die fünf „TACOS“-Faktoren besitzt, desto niedriger sind die Hemmnisse für seine Annahme durch die Zielgruppe.

- Trialability (Testbarkeit)
- Advantage (Vorteil)
- Compatibility (Kompatibilität)
- Observability (Beobachtbarkeit)
- Simplicity (Einfachheit)

Gründer sollten also dafür sorgen, dass ihr Angebot diese fünf Eigenschaften besitzt.

### Über dieses Werkzeug

Dieses Werkzeug enthält ...

- 10 Fragen, mit den ihr ermitteln könnt, wie wichtig die TACOS-Maßnahmen für euer Produkt sind,
- 100 Anregungen, die euch helfen können, die TACOS-Eigenschaften eures Angebotes zu verbessern,
- 3 allgemeine Schlussfragen.

### Wie wichtig sind die TACOS-Maßnahmen?

Je mehr die folgenden zehn Eigenschaften auf euer Produkt zutreffen, desto wichtiger könnte es für euch sein, seine TACOS-Eigenschaften zu verbessern:

1. Euer Produkt ist derzeit kaum bekannt.
2. Eure Zielgruppe hat schon eine Lösung, mit der sie im Wesentlichen zufrieden ist.
3. Euer Produkt unterscheidet sich stark von dem, was eure Zielgruppe derzeit kennt und nutzt.
4. Euer Produkt ist teuer.
5. Der Wechsel zu eurem Produkt ist für eure Kunden mit einem Risiko verbunden.
6. Der Einsatz eures Produktes durch einen Kunden ist für den Rest der Zielgruppe nicht sichtbar.
7. Die Vorteile eures Produktes sind nicht offensichtlich.
8. Eure Kunden müssen sich umstellen, um euer Produkt nutzen zu können.
9. Euer Produkt ist kompliziert.
10. Die Vorteile eures Produktes werden erst nach einer Weile ersichtlich.

Trialability (Testbarkeit)

Ihr könnt die Bedenken eurer potenziellen Kunden reduzieren, wenn ihr ihnen die Möglichkeit gebt, euer Produkt vor dem Kauf zu testen.

11. Welche Risiken sieht der Kunde in eurem Produkt?
12. Könnt ihr einen risikolosen Test eures Produktes anbieten?
13. Könnt ihr eine unverbindliche Probezeit anbieten?
14. Könnt ihr ein Freemium-Preismodell anbieten?
15. Könnt ihr euer Produkt für eine gewisse Zeit an Interessenten ausleihen?
16. Könnt ihr (bei einem Software-Produkt) eine kostenlose Version anbieten, die durch Werbung finanziert wird?
17. Könnt ihr den ersten Monat eures Produktes kostenlos machen?
18. Könnt ihr einen Einkaufsgutschein ausgeben?
19. Wie könnt ihr für einen potenziellen Kunden ganz konkret erlebbar machen, dass er mit eurem Produkt umgehen kann?
20. Wie könnte ein potenzieller Kunde ganz konkret erleben, dass euer Produkt seinen Bedürfnissen entspricht?
21. Wie könnte ein potenzieller Kunde ganz konkret die Vorteile eures Produktes erleben?
22. Wie könnte ein potenzieller Kunde erkennen, dass euer Produkt für seine spezielle Situation passt?
23. Wie könnt ihr einen potenziellen Kunden überzeugen, dass er während der Produktnutzung keine negativen Überraschungen bekommen wird?

Advantage (Vorteil)

24. Kennt ihr die Wünsche und Bedürfnisse eurer Zielgruppe genau?
25. Kennt ihr überhaupt alle Alternativen, die eure Zielgruppe derzeit nutzt?
26. Wie groß ist der Vorteil eures Produktes gegenüber dem, was eure Zielgruppe derzeit nutzt?
27. Womit vergleicht ein Kunde euer Produkt, wenn er seinen Vorteil versucht, zu berechnen?
28. Sind die Vorteile, die euer Produkt bietet, auf Anhieb erkennbar?
29. Was könnt ihr tun, um die Vorteile eures Produktes besser erkennbar zu machen?
30. Kann ein potenzieller Kunde seinen Vorteil schnell erkennen? Falls nicht: Was könnt ihr tun, um diese Erkenntnis zu beschleunigen?
31. Wie könnt ihr die Vorteile eures Produktes belegen oder nachweisen?
32. Könnt ihr die Vorteile eures Produktes quantifizieren?
33. Könnt ihr den Kundenvorteil eures Produktes in Euro angeben bzw. in Euro umrechnen?
34. Könnt ihr eine Kosten-Nutzen-Rechnung für euer Produkt vorzeigen?
35. Kennt ihr überhaupt alle Kundenvorteile eures Produktes?
36. Könnt ihr die Vorteile eures Produktes durch einen Vorher-nachher-Vergleich verdeutlichen?
37. Haben Wettbewerbsprodukte bestimmte Nachteile, auf die ihr aufmerksam machen könnt?
38. Was wird durch euer Produkt für den Nutzer vereinfacht?

39. Spart der Kunde durch euer Produkt Geld?
40. Spart der Kunde durch euer Produkt Zeit?
41. Spart der Kunde durch euer Produkt Aufwand?
42. Erhöht euer Produkt die Produktivität oder die Effizienz seines Nutzers?
43. Erhöht euer Produkt die Flexibilität oder die Agilität seines Nutzers?
44. Was wird durch euer Produkt komfortabler gemacht?
45. Wie verbessert euer Produkt den Umweltschutz?
46. Welche emotionalen oder sozialen Vorteile bringt euer Produkt mit sich?
47. Sind die Vorteile eures Produktes für eure Zielgruppe wichtig genug, um den Wechsel zu rechtfertigen?

#### Compatibility (Kompatibilität)

Je besser euer Produkt in die vorhandene Situation bei euren Kunden hineinpasst, desto geringer wird ihr Widerstand gegen den Kauf sein.

48. Kennt ihr die Rahmenbedingungen beim Kunden? Wisst ihr überhaupt, wo die Reibung entsteht?
49. Kennt ihr die Lösungen, die euer Produkt im Erfolgsfall ersetzen wird?
50. Können eure Kunden die physischen Anforderungen eures Produktes (z.B. Gewicht, Größe, Platz, ...) erfüllen?
51. Können eure Kunden euer Produkte ausreichend versorgen? (z.B. mit Daten, Energie, Verbrauchsmaterial, Internet-Verbindung, ...)
52. Ist euer Produkt kompatibel mit dem Computer-System oder den Daten beim Kunden?
53. Haben eure Kunden bzw. deren Mitarbeiter alle notwendigen Kenntnisse, um eure Produkt zu benutzen?
54. Ist euer Produkt kompatibel zu den Arbeitsweisen und den Gepflogenheiten und Traditionen des Kunden?
55. Ist euer Produkt kompatibel zu den technischen Prozessen beim Kunden?
56. Ist euer Produkt kompatibel zu den Business-Prozessen beim Kunden?
57. Gibt es bei euren Kunden Vorurteile oder Meinungen, die gegen euer Produkt sprechen?
58. Gibt es bei euren Kunden Vorbehalte gegen euer Produkt?
59. Ist euer Produkt kompatibel zu den vorhandenen Regeln und Vorschriften eurer (Geschäfts-)Kunden?
60. Muss sich der Kunde innerlich umstellen, um euer Produkt zu benutzen?
61. Welche Umstellungskosten hätte ein Kunde, wenn er zu eurem Produkt wechselt?
62. Wie könnt ihr für eure Kunden den Wechsel zu eurem Produkt erleichtern?
63. Müssen eure Kunden etwas neu kaufen oder austauschen, damit sie euer Produkt nutzen können?
64. Haben eure Kunden eine hohe Loyalität zu einer anderen Lösung?
65. Ist euer Produkt kompatibel zum Selbstbild eurer Kunden?
66. Ist euer Produkt zu den Strukturen und Hierarchien beim Kunden kompatibel?
67. Zwingt euer Produkt eure Kunden zu einer Änderung ihrer Gewohnheiten oder Abläufe?

68. Könnt ihr eurem Produkt einen Namen geben, dass die Akzeptanz bei eurer Zielgruppe erhöht?
69. Ist die Infrastruktur beim Kunden aktuell genug, damit euer Produkt bei ihm funktioniert?
70. Was könnt ihr tun, um die Kompatibilität eures Produktes zur Situation eines Kunden zu verbessern?

#### Observability (Beobachtbarkeit)

Je besser ein potenzieller Kunde wahrnehmen kann, dass andere von eurem Produkt profitieren, desto wahrscheinlicher ist es, dass er es selbst in Betracht zieht.

71. Wie können potenzielle Kunden beobachten, dass euer Produkt von anderen Zielgruppenmitgliedern gekauft und benutzt wird?
72. Wie können potenzielle Kunden die Vorteile erkennen, die andere durch die Nutzung eures Produktes bereits genießen?
73. Wie können potenzielle Kunden die positiven Ergebnisse, die euer Produkt möglich macht, wahrnehmen?
74. Wie könnt ihr es schaffen, dass die Fachpresse über den Einsatz eures Produktes schreibt?
75. Wie könnt ihr positive Berichterstattung in den allgemeinen Medien bekommen?
76. Könntet ihr ausgewählten Kunden einen Anreiz geben, Pilotkunden zu werden, die Einblicke durch andere Zielgruppenmitglieder ermöglichen?
77. Könnt ihr ausgewählte Kunden zu Botschaftern oder Evangelisten für euer Produkt machen?
78. Könntet ihr eurem unsichtbaren Produkt ein Gesicht geben, das nach Außen wahrnehmbar ist? (Intel Inside-Prinzip)

79. Könnt ihr über den erfolgreichen Einsatz eures Produktes bei einem Kunden ein Case Study schreiben?
80. Könnt ihr von zufriedenen Kunden Testimonials bekommen?
81. Gibt es eine Möglichkeit, Kundenbewertungen zu veröffentlichen?
82. Könnt ihr Soziale Medien einsetzen, die zeigen, dass andere euer Produkt nutzen bzw. sich dafür interessieren? (z.B. Pay-with-a-Tweet)
83. Sind die beobachteten Nutzer die Richtigen? (d.h. sind sie für die Beobachter glaubwürdig?)

#### Simplicity (Einfachheit)

Je geringer die Komplexität eures Produktes, desto größer wird die Bereitschaft eurer Zielgruppe sein, sich damit auseinanderzusetzen.

84. Wie leicht ist es, euer Produkt zu erhalten und in Betrieb zu nehmen?
85. Wie einfach ist es, euer Produkt zu benutzen? Wie flach ist seine Lernkurve?
86. Wie viel Aufwand hat der Kunde, um zu einem spürbaren Nutzen zu kommen?
87. Sind Funktion und Vorteile eures Produktes auf Anhieb verständlich?
88. Gibt es für einen Kunden Hürden, euer Produkt zu beschaffen oder zu installieren?
89. Was könnt ihr gegebenenfalls tun, um euer Produkt zu vereinfachen und so die Hürden für einen Kunden zu senken?
90. Könnt ihr ein Video erstellen, die euer Produkt erklärt?
91. Solltet ihr eine FAQ zu eurem Produkt erstellen?

92. Könnt ihr eine Default-Einstellung einrichten, die dem Kunden Entscheidungen abnimmt?
93. Könnt ihr für euer Produkt einen „Schnellstart“ anbieten?
94. Könnt ihr etwas in euer Produkt einbauen, das vor Fehlbedienung schützt bzw. ein korrektes Ergebnis bestätigt?
95. Gibt es unabhängige Berater, die eure Kunden unterstützen können?
96. Könnt ihr Prinzipien des Poka-Yoke bei eurem Produkt integrieren?
97. Könnt ihr euer Produkt so gestalten, dass es keine Anleitung braucht, bzw. dass die Anleitung so intuitiv ist, wie bei einem IKEA-Regal?

#### Drei Anregungen zum Schluss

98. Habt ihr mehrere Zielgruppen, für die ihr unterschiedliche Antworten braucht?
99. Braucht ihr Recherchen beim Kunden vor Ort, um seine Situation besser zu verstehen?
100. Erstellt nun eine Liste mit den wichtigsten Maßnahmen, um die TACOS-Faktoren für euer Produkt zu verbessern.