



Schlagzeile

Value-in-Use Design Phase (Wann sollte die Methode angewendet werden?)

Phase 2 - Definieren Sie den Wert für Ihre Leistung

Hauptziel

Alleinstellungsmerkmale und Value in Use definieren

Beispiel

„Der Zahnarzt, dem Kinder vertrauen!“

„Der einzige Kühlschrank für Vegetarier!“

Ablauf

Schritt 1) Finden Sie sich in Ihrem Team, also Ihrer „Redaktion“, ein und überlegen Sie, wie Sie wollen, dass Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung wahrgenommen wird.

Schritt 2) Legen Sie los: Generieren Sie so viele Schlagzeilen wie möglich, alleine oder im Team, die Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung am besten beschreiben würden.

Schritt 3) Behalten Sie die Schlagzeilen als Inspiration im Hinterkopf, wenn Sie sich im nächsten Schritt an die Entwicklung Ihrer Ideen begeben.

Schritt 4) Präsentieren Sie die von Ihnen generierten Schlagzeilen und testen Sie die Reaktion der anderen. Am besten wäre es, sie mit

einem oder mehreren Kunden zu testen. Denken Sie daran, dass diese am Ende des Tages Ihre wichtigste Zielgruppe sind. Hängen Sie sie im Büro auf oder zeigen Sie die Schlagzeilen Ihren Freunden/Kunden. Seien Sie aufmerksam: Was kommt bei wem gut an? Was ist ein Flopp?

Schritt 5) Reflektieren Sie, ob Sie Ihren Mitmenschen die wesentliche Aussage vermitteln konnten. Wenn nicht, definieren Sie Ihre Schlagzeile neu, bis Sie dazu in der Lage sind. Wenn ja, haben Sie es geschafft! - Sie waren in der Lage, den Wert Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung kommunikativ zu verkaufen.

Wichtige Leitfragen

- 1) Wer sind Ihre „Leser“?
- 2) Welche Nutzer möchten Sie mit der Schlagzeile auf sich aufmerksam machen?
- 3) Womit sorgen Sie für Schlagzeilen?
- 4) Womit tun Sie der Menschheit etwas Gutes?
- 5) Was kommt bei wem gut an? Was ist ein Flopp?

Vorteile dieser Methode

Die Schlagzeilen ermöglichen die Aufmerksamkeit des Nutzers auf Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung zu lenken.

Die Schlagzeile ermöglicht es Ihnen, eine emotionale Verbindung zu Ihrem Nutzer herzustellen, und das braucht Einsatz.

Die Schlagzeile ermöglicht Ihnen, Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung so zu vermarkten, dass es für den Leser klar ist, dass Sie versuchen, seinen Gebrauchswert zu erfüllen.

Voraussetzungen

Dauer: 10 - 20 Minuten

Durchführung: Analog + Digital

Für eine fundierte Vorbereitung ist es empfehlenswert, zuerst die Persona Methode zu erstellen.

Benötigte Materialien: Schlagzeile-Vorlage, oder leeres Blatt, Stift und Papier

Schwierigkeitsgrad: mittel

Weitere Empfehlungen

Versuchen Sie in Ihrer Schlagzeile den Wert darzustellen, den Sie Ihrem Kunden bieten wollen. Lassen Sie es nicht nur ein Spiegelbild Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung sein, sondern verdeutlichen Sie die Bedeutung hinter einer solchen Leistung.

Denken Sie darüber nach, welche Aussage Sie Ihren Nutzern vermitteln wollen und wie dies seine/ihre Bedürfnisse und Herausforderungen lösen könnte.

Stellen Sie sich vor, Sie versuchen, Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung online zu verkaufen. Wie würden Sie es am besten verkaufen?

Lassen Sie sich von folgenden Inspirationskarten inspirieren: (1) Planen, (2) Matching, (3) Nutzbar Machen und (4) Beziehung.

Was ist der Wert meiner Leistung für....?

PLANEN

Probleme lösen.

Helfen Sie Ihren Kund*innen dabei, ihre Aufgabe über Branchengrenzen hinweg zu lösen?

(Moovel)



Behalten Sie alles im Blick.

Denken Sie an alles, was dazu gehört, wenn Ihre Kund*innen mit einem Problem bei Ihnen ankommen? (Hochzeitsplaner)

Was ist der Wert meiner Leistung für....?

MATCHING

Vergleichen / empfehlen Sie.

Wie können Sie den
Kund*innen

besser bei der

Auswahl helfen?

([check24.de](https://www.check24.de)

[vergleich.org](https://www.vergleich.org))



Finden und finden lassen.

Bieten Sie die Möglichkeit,

genau die richtige

Dienstleistung bei Ihnen zu

finden? ([Tripadvisor.de](https://www.tripadvisor.de))



Was ist der Wert meiner Leistung für....?

NUTZBAR MACHEN

Denken Sie mit.
Was müssen Sie
Ihren Kund*innen
an die Hand
geben, damit Ihr
Angebot wertvoll für Sie wird?
(chefkoch.de, rewe.de)



Seien Sie vorbereitet.
Ermöglichen Sie Kund*innen
sich einfach bei Nutzungs-
problemen an Sie zu wenden?
(Zufriedenheitsabfragen,
Feedback)

Was ist der Wert meiner Leistung für....?

BEZIEHUNG

Seien Sie Sie selbst.
Gibt es die Möglichkeit Ihren Kund*innen persönlicher zu begegnen?
(truefruits, Innocent)

Arbeiten Sie zusammen.
Können Sie Kollaboration mit den Kund*innen anstoßen und fördern?
(Vertrauensvorschuss)

