

Geschäftsidee: Website-Berater

	Problem:	<i>Einige Website-Betreiber bieten ihr Produkt/Leistung nicht optimal an. Zusätzlich fühlen sie sich auch nicht angesprochen von „generellen“ Website-Beratern</i>
	Lösung:	<i>Der Infopreneur konzentriert sich auf eine konkrete Zielgruppe =>Kunde erlangt das Gefühl, dass seine Situation verstanden ist und passende Lösungen vorhanden sind.</i>
	Kunden:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Zielgruppe</u>: Konzentration auf spezielle Zielgruppe => „Winzer“.• <u>Marktanalyse</u>: In D. ca. 11000 Betriebe. Markt wird fallen, aber Internetaktivität wird steigen.• <u>Nutzen</u>: Grundsätzliche Kenntnis; Aufgaben delegieren.
	Umwelt:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Konkurrenzsituation</u>: Fokussierte Konkurrenz sehr gering - allgemeine groß.• <u>Markteintrittsbarriere</u>: Keine• <u>Rechtliche Vorschriften</u>: keine speziellen gesetzlichen Grundlagen.
	Angebot:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Angebotsportfolio</u>: alles, was mit der Website des Kunden zu tun hat.• <u>Angebotskanäle</u>: Internet; Telefon; kl. Post; vor Ort Besuche; Messen.• <u>Typische Arbeitsweise</u>: Keine. Aber: Starten mit Analyse, Ergebnis anbieten, umsetzen.• <u>Voraussetzungen</u>: Kenntnisse =>Wissen über Wein; Internet, Websites, Software.• <u>Fähigkeiten</u>=>kommunikativ; kreativ.
	Realisierung	<ul style="list-style-type: none">• <u>Werbung/Marketing</u>: Nicht hauptsächlich im Internet; direkte Kundenansprache, klassischer Postweg; bereits ausgeführte Analyse einsetzen.• <u>Preisgestaltung</u>: fix, variabel; Rahmenvertrag; Paketpreise; erfolgsabhängig;• <u>Techniken</u>: Internetzugang, Hosting, Software.• <u>Drittanbieter</u>: Website-Baukästen; Hoster; Online-Shops...• <u>Konzepttest</u>: Je schlechter die aktuelle Website, desto eher ist Kunde zu überzeugen; direkte Ansprache; günstige Kosten.
	Bewertung	<ul style="list-style-type: none">• <u>Investition</u>: Gering (Computer, Internet, Software, Mobilität)• <u>Umsatz</u>: Potential hoch; dauerhafte Vertragsbeziehungen vorteilhaft.• <u>Risiko</u>: Geringes Risiko
	Ideen	<ul style="list-style-type: none">- Analyse in Form eines „Zeugnisses“- Zwei Bereiche miteinander verbinden (Wein+Internet) => „Welt des Kunden“ = bekannt.
	Aus- u. Weiter- Bildung	<ul style="list-style-type: none">- Websites erstellen- Fotografieren- Wein-Know-How- Suchmaschinenoptimierung SEO
	Quellen/ Infos	<ul style="list-style-type: none">- Durch Einsatz passender Keyword selbst suchen.
	Fazit	<i>Innerhalb der meisten Zielgruppen gibt es immer noch viele Kunden, die keinen Hang zum Internet haben. Durch die Spezialisierung auf eine dieser Gruppen, kann der Infopreneur diese Kunden für sich gewinnen. Also: Keine generellen, umfassenden Angebote, sondern spezielle, auf die Kundengruppe ausgerichtete. Wenn Zielgruppe finanzielles Potential hat, dann kann sich daraus ein gutes Geschäft entwickeln.</i>

12/2018