

Cheatsheet 02 - Understanding the Customer

Business Basics

Kernidee: Problem vs. Lösung

Kundinnen und Kunden kennen zuverlässig ihr **Problem**, aber selten die beste **Lösung**. Das „schnellere Pferde“-Zitat ist Ford **fälschlich** zugeschrieben (apokryph) – es illustriert dieses echte Phänomen. Fragt nach dem **Job**, nicht nach dem Feature.

Jobs to be Done (JTBD)

Begriff	Bedeutung
Job	Fortschritt, den jemand in einer Situation erreichen will
Definition durch Dimensionen	die Situation – nicht Alter/Geschlecht/Einkommen
Leitfrage	funktional, sozial, emotional „Was willst du erledigen?“ statt „Wer bist du?“

Beispiele: Milchshake = „sättigend, einhändig, langsam“ für die Pendelfahrt (Christensen 2005/2016, illustrativ; Empfehlungen Berichten zufolge nie umgesetzt). Oatly = Job der Barista „mach einen guten Latte“. Too Good To Go = funktionaler Job („günstig essen“) + emotionaler Job („nichts verschwenden“).

Outcome-Driven Innovation (Ulwick): 5 Grundsätze

Grundsatz

- 1 Kunden kaufen Produkte, um einen **Job** zu erledigen
- 2 Sie bewerten den Job an messbaren **Outcomes** (Metriken)
- 3 Outcomes sind ein **stabiles** Ziel (Jobs ändern sich kaum)
- 4 Outcomes erlauben systematisches Aufspüren von **Chancen**
- 5 Sie machen Innovation **planbar** statt zufällig

Opportunity-Formel + Caveat

$$\text{Opportunity} = \text{Wichtigkeit} + \max(0, \text{Wichtigkeit} - \text{Zufriedenheit})$$

- Hohe Wichtigkeit + niedrige Zufriedenheit → große Chance (unterversorgt).
- Die Klammer $\max(0, \dots)$ verhindert einen Score **unter** der Wichtigkeit.
- **Caveat (Katz 2016):** mischt absolute Wichtigkeit mit abgeleiteter Zufriedenheits-Lücke → **Priorisierungs-Heuristik**, kein exaktes Messinstrument. Rangliste ≠ Beweis.

Von der Idee zum Test

Methode	Idee
Brainwriting	erst allein sammeln, dann bündeln – Gruppen-Brainstorming kostet Ideen (Diehl & Stroebe 1987, „Production Blocking“)
„How Might We“	Job in eine offene, fokussierte Frage übersetzen
Landing-Page-Test	Nachfrage an einer Seite messen, bevor das Produkt existiert
Fake-Door-Test	Button für noch nicht existierende Funktion – Klicks zählen

Merksatz: *Test cheap before you build* – ein Test klärt **eine** Annahme, nicht alle (Dahan & Hauser 2002).

Qualitativ vs. quantitativ

	Qualitativ	Quantitativ
Frage	Warum? / welche Jobs?	Wie viele? / wie stark?
Methode	Interview, Beobachtung	Umfrage, A/B-Test
Ergebnis	Hypothesen, Verständnis	Zahlen, Belege
Reihenfolge	zuerst verstehen	danach messen

A/B-Test: Variante A vs. B an je einer Hälfte der Nutzer messen; selten **eine** globale Antwort → **pro Markt** testen (Klarna: DE ≠ SE). Evidenz, dass das wirkt: Camuffo et al. 2020 (RCT, 116 Startups). Brücke: BA-EWF (Sem 3), BA-STAT I/II.