

USP & Positionierung

1. Marktanalyse & Status Quo

- ☐ Ein klares "Wir tun X für Y, damit sie Z erreichen" Statement formuliert (Elevator Pitch).
- ☐ Kernkompetenz bestimmt: Was können wir nachweislich besser als 90% der Konkurrenz?
- ☐ Preispositionierung festgelegt (Low-Budget, Premium, High-End-Luxus).

2. Differenzierungsfaktoren (Unique Selling Proposition)

- ☐ Preis-Fokus: Sind wir günstiger oder bieten wir Ratenzahlungen an?
- ☐ Geschwindigkeits-Fokus: Sind wir schneller (z.B. Lieferung in 24h) als andere?
- ☐ Nischen-Spezialisierung: Lösen wir ein extrem spezifisches Problem für eine sehr spitze Zielgruppe?
- ☐ Qualitäts-/Innovations-Fokus: Haben wir Zugang zu Technologie oder Methoden, die der Markt sonst nicht hat?

3. USP Kommunikation

- ☐ USP ist im Above-the-Fold (Hero) Bereich der Homepage sofort ersichtlich (in den ersten 3 Sekunden).
- ☐ Alle Sub-Seiten und Werbeanzeigen kommunizieren konsequent dieselbe Kernbotschaft.
- ☐ Auf der "Über uns" Seite wird bewiesen, *warum* diese Positionierung glaubhaft ist.