

The Art of the Start

Von der Kunst, ein Unternehmen erfolgreich zu gründen

von
Guy Kawasaki

1. Auflage

The Art of the Start – Kawasaki

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Management, Consulting, Planung, Organisation, Steuern – Management – Ratgeber

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4680 7

beck-shop.de

Sachregister

Die besten wissenschaftlichen Stichwortverzeichnisse werden ausnahmslos von Autoren erstellt, die instande sind, sich objektiv mit ihrem Werk auseinanderzusetzen, die verstehen, was ein gutes Stichwortverzeichnis ausmacht, und die das Handwerk der Indexerstellung meisterhaft beherrschen.

The Chicago Manual of Style

10/20/30-Regel 47

A

Apple 5

Aufsichtsrat

- eine gute Arbeitsbeziehung pflegen 134
- mit typischen Rollen besetzen 133

B

Bedeutsames schaffen 4

Beratungsgremien

- bei Bootstrappern 92

Bewerbersauswahl

- Fehlentscheidungen vermeiden 104
- Ist es wirklich der Richtige? 108
- konzerntaugliche vs. start-up-taugliche Fähigkeiten 98
- Referenzen prüfen 107, 110

Bootstrapper

- gegenüber dem Marktführer positionieren 88
- verlieren nicht den Blick für die Wirklichkeit 89

Bootstrapping

- als Finanzierungsform für bestimmte Geschäftsmodelle 78
- als Finanzierungsform für bestimmte Produkte und Zielmärkte 78
- auf das Wesentliche konzentrieren 92
- beim Kerngeschäft bleiben 86
- direkt an Kunden verkaufen 87
- erst verkaufen, dann testen 80
- ideal für Dienstleister 83
- Umsätze planen 79

Branding 163

Business Angels

- von der Kunst sie zu gewinnen 132

Businessplan 65

- erst pitchen, dann planen 67
- Executive Summary 68
- kurz, einfach und wirksam 68

- mit den richtigen Zahlen 69
- realistische Gründe für einen 66
- von der Masse abheben 72

C

Communities

- Bildung von 172

E

Erfolgreich Leads generieren 188

- Gewinnung von Vorzeigekunden 191
 - Gunst der kleinen Angestellten 190
- Executive Summary 68
- Exit 48

F

Finanzplan

- was Risikokapitalgeber erwarten 69
- Firmenname festlegen 34

G

garage.com 35

Geschäftsmodell

- Annahmen 17
- definieren 13

Gründung

- Angst vor 23
- ohne BWL-Know-how 24
- und Marktnischen 32

I

Idee

- es gibt immer Wettbewerb 121
 - umsetzen 93
- Intrapreneure 18

K

Kapitalbeschaffung

- Fehler vermeiden 119
- Märchen, die Investoren immer wieder von Gründern hören 122

L

- Leitbilder 6
- vs. Mantra 7
- Liquidität vor Rentabilität 78

M

- Mantra formulieren 5
- Marke
- Strategien zum Aufbau einer Marke 174
- Markenbildung 163
- Markenevangelisten
- missionieren kostengünstig für Ihre Marke 168
- Regeln, Anhänger zu finden 169
- Markengemeinschaft 171
- Marktforschung
- mit Prototypen 12
- Marktnischen 32
- Marktpotenzial 57
- Meilensteine 16
- Microsoft 5, 32
- Mitarbeiter
- die richtigen finden 97
- Mitarbeiter einstellen
- Anreize für Bewerber 103
- Arten von A-Playern 99
- Ist der Bewerber Anhänger Ihrer Idee? 100
- nicht die falschen Leute einstellen 98
- Probezeiten festlegen 108

N

- Networking 156
- E-Mail als Networking-Werkzeug nutzen 159

P

- Partnerschaft
- Gründe für eine Partnerschaft 148
- Lehren, damit Partnerschaften nicht scheitern 151
- Netzwerke knüpfen 156
- Sinn und Unsinn von Partnerschaften 147
- typische Lügen beim Aufbau einer Partnerschaft 155
- Patente
- vom Märchen, das Patente Unternehmen schützen 125
- Pitch
- das Publikum beachten 46
- die 10/20/30-Regel 47
- die erste Minute 44

- die Kunst, ein guter Redner zu sein 177
- die richtige Flughöhe wählen 58
- Fangfragen von Investoren 127
- für Investoren 50
- für Partner 54
- für potenzielle Kunden 52
- Grundsätze einer guten Rede 177
- Notizen machen 59
- Präsentieren mit PowerPoint 62
- So beginnen Sie 56
- üben 61
- überarbeiten 60
- Wer spricht? 56
- Positionierung 29
- Durch eine externe Agentur? 40
- in verständlicher Sprache 37
- mit belegbaren Fakten 37
- Rolle der Mitarbeiter 39
- soll persönlich berühren 36
- Toyota Prius als gutes Beispiel 30
- Verständnis auf allen Ebenen im Unternehmen 38
- wenn der Markt die Positionierung übernimmt 39

Präsentation

- Anzahl der Folien 47
- das Publikum beachten 46
- die 10/20/30-Regel 47
- die erste Minute 44
- für einen Investorenpitch 50
- für einen Verkaufspitch 52
- für potenzielle Partner 54
- Regel für die Schriftgröße 49
- Zeit für eine 48

Produkt

- die Komplexität eines Produktes verringern 166
- Eigenschaften begeisternder Produkte 164
- Produktnamen festlegen 34
- Prototypen 9
- Prozess
- des Regenmaches 197

R

- Risikokapitalgeber
- Was sind das für Menschen? 130

T

- Team
- bei Bootstrappern 81
- Total addressable market (TAM), siehe Marktpotenzial

V

- Verkauf
- über Zwischenhändler 87
- Vertraulichkeitsvereinbarung 142

W

- Werbung
- auf Podiumsdiskussionen für Ihre Marke werben 179
- über die Kunst, T-Shirts zu designen 181
- Wettbewerb
- den gibt es immer 121

beck-shop.de