

Checkliste:

B2G-Marketing für Startups und innovative KMU



Schritt 1: Vorbereitung

Verwaltungsverständnis

- Spezifische Herausforderungen identifizieren (z. B. Digitalisierung, Fachkräftemangel).
- Produktanforderungen im Kontext des Produkts herausarbeiten (z. B. spezifische Anforderungen zu Datenschutz im öffentlichen Sektor).

Stakeholder-Mapping

- Grundsätzliche Behördenstruktur und Entscheidungsprozesse verstehen.
- Relevante Entscheidungsträgerinnen und -träger, aber auch Digitalisierungs- und Innovationstreiber und Fachbereiche identifizieren (z. B. Leitung Einkauf, Digitalisierungsbeauftragte, relevante Referate).
- Regionale Unterschiede und Besonderheiten berücksichtigen (z. B. Innovationszentren, föderale Strukturen).
- Personas entwickeln, die Entscheidungsrollen und typische Pain Points darstellen (z. B. „Fachreferent für Digitalisierung“).



Marktforschung und Analyse

- Desk-Research, Ausschreibungsanalyse und Gespräche zur Bedarfsanalyse durchführen.
- Herausforderungen und Anforderungen der Verwaltung priorisieren.

Wertversprechen definieren

- Policy-Narrativ erstellen: Welches übergeordnetes jedoch spezifisches Problem löst das Produkt?
- Langfristige gesellschaftliche und ökonomische Vorteile herausstellen.

Use Cases entwickeln

- Konkrete Prozesse und Anwendungsszenarien auf Arbeitsebene identifizieren.
- Technische Produktmerkmale mit spezifischen Verwaltungsschritten verknüpfen.

Marketingstrategie vorbereiten

- Kommunikationsstrategie für die Preispolitik entwickeln (insbesondere Sensibilität für Langfristigkeit, Budgetbeschränkungen und -schwankungen).
- Relevante Marketingkanäle basierend auf Zielgruppenpräferenzen auswählen.

Schritt 2: Umsetzung



Content-Strategie entwickeln und umsetzen

- Inhalte für Verwaltungskontexte erstellen (z. B. One-Pager, Fallstudien) und an die verschiedenen Zielgruppen anpassen.
- Storytelling nutzen, um das Wertversprechen greifbar zu machen.
- Bedenken und Risiken proaktiv ansprechen (z. B. Compliance, DSGVO).

Materialien, Formate und Demos aufbereiten

- Verwaltungsfreundliche Produktdemos und Pilotierung anbieten.
- Dokumentation für Compliance und Sicherheitsanforderungen bereitstellen (z. B. DSGVO-Konformität).
- Community-Building-Formate (z.B. Online-Roundtables) durchführen.
- Beispiele für praktische Anwendungsszenarien der Lösung zeigen.

Risikomanagement und Kommunikation

- Sicherheitsanforderungen und technische Standards klar kommunizieren.
- Risiken in der Umsetzung offen ansprechen und Lösungen anbieten.

Schritt 3: Evaluation



Feedback einholen und analysieren

- Rückmeldungen aus Gesprächen und Veranstaltungen systematisch dokumentieren.
- Erkenntnisse zur Optimierung von Marketing und Produktstrategie nutzen

Erfolg messen

- Reichweite und Wirksamkeit der Marketingkanäle regelmäßig evaluieren.
- Teilnahme an Veranstaltungen auswerten (Trial-and-Error-Ansatz).

Langfristige Beziehungen pflegen

- Kontinuierlicher Austausch mit relevanten Behörden und Entscheidungsträgern.

Monitoring

- Politische und rechtliche Entwicklungen regelmäßig verfolgen.
- Änderungen in der Verwaltungspraxis in die Strategie integrieren.