



# Mom-Test Cheat Sheet

## Grundproblem:

Werden Kundengespräche, die der Evaluierung einer neuen Idee dienen, falsch geführt, sind die gewonnenen Informationen nutzlos. Menschen neigen dazu, ihr eigenes Verhalten in der Zukunft falsch einzuschätzen, dazu zählen auch Kaufentscheidungen. Außerdem kommt es in solchen Gesprächen schnell zu inhaltsleeren Komplimenten.

## Die Lösung:

Statt über Dich und Deine Idee zu sprechen, stelle Fragen, die den Kunden und seine Lebens- bzw. Arbeitswelt betreffen. Anhand dieser Antworten kannst du folgendes herausfinden:

- Ist deine Idee das richtige für die angenommene Zielgruppe?
- Ist eine vom Kunden ggf. selbst vorgeschlagene Lösung wirklich das, was sein Problem am besten löst?

## Gute Fragen

- ✓ Was haben Deine Kunden getan?
- ✓ Wann haben sie es zuletzt getan?
- ✓ Warum haben sie es getan?  
Welche Probleme waren/sind zu lösen?
- ✓ Was haben sie sonst noch versucht und was nicht?
- ✓ Warum wurden andere Optionen gegebenenfalls nicht ausprobiert?
- ✓ Welche Frustrationen empfinden sie möglicherweise?

## Schlechte Fragen

- ✗ **Findest Du die Idee gut?** – Dies ist die schlechteste Frage, die Du stellen kannst. Der Grund dafür liegt in der Grundproblematik, die am Anfang besprochen wurde.
- ✗ **Wie viel würdest Du für XY bezahlen?** – Das bekannte Grundproblem ist auch hier ein Hindernis. Willst du herausfinden, ob der Kunde Dein Produkt kaufen würde, biete ihm einen „Early Access“-Zugang mit Rabatt oder anderen Anreizen an, wenn er eine kleine Summe in Vorleistung bezahlt. Dabei geht es nicht ums Verkaufen, sondern darum, den Kunden in ein „echtes“ Käufer-Mindset zu versetzen.

## Mögliche Fragen:

- Hattest Du in letzter Zeit Probleme mit XY?
- Hast Du versucht, diese Probleme anzugehen?
- Erklär mir Deinen Workflow.
- Wenn ja: Welche Lösungen hast Du ausprobiert?
  - Haben Sie funktioniert? Was hat Dir daran gefallen?
  - Wenn Sie nicht funktioniert haben, warum nicht?
  - Wenn nein: Warum hast Du nicht weiter nach Lösungen gesucht?

## Fehler, die zu vermeiden sind

- Leere Komplimente – Diese sind ein Warnsignal im Gespräch. Lenke es wenn nötig zurück auf den Kunden.
- Pitches oder Andeutungen auf dein Produkt – Diese solltest Du vermeiden, denn es geht nicht um Dich oder Dein Produkt.

## Zusammenfassung

- Das Gespräch soll sich um Deinen Kunden drehen, nicht um Dich oder Deine Ideen. Die Devise lautet „Talking less, listening more“.
- Die richtigen Fragen sind entscheidend.
- Frag nach vergangenen Problemen und (versuchten) Lösungen. Frage nicht danach, ob Dein Kunde eine Produktidee gut findet und diese in Zukunft kaufen würde.
- Fische nicht unbewusst nach Komplimenten. Wenn Du eines bemerkst, lenke das Gespräch wenn nötig weg von Dir und wieder hin zum Kunden.
- Mach keinen Pitch aus dem Gespräch.