
Die deutsche DevCon 2007 aus der Perspektive des Besuchers

Boudewijn Lutgerink

Wenn Sie die Artikel dieser Serie lesen, erfahren Sie, weshalb VFP nach wie vor ein mächtiges Werkzeug ist und wie VFP Ihnen als Entwickler helfen kann, Geld zu verdienen (was ja der Kern Ihres Geschäfts ist).

Eine Frage, bevor Sie diesen Artikel lesen

Ich möchte Sie bitten, mit mitzuteilen, wie viel Zeit Sie benötigen haben, um diesen Artikel zu lesen. Ich überlege, einen weiteren Artikel zu schreiben, muss dafür aber Ihr Leseverhalten kennen.

Teilen Sie mir die benötigte Zeit bitte unter B.Lutgerink@betuwe.net mit.

Einführung

Als ich die deutsche DevCon besuchte, hatte ich die Möglichkeit, Steven Blacks Sessions über Nischenmärkte und „So fox is ‘dead‘, now what?“ zu sehen.

Dieser sowie weitere Artikel stellen meine Sicht auf diese und andere Sessions dar. Ich kann Ihnen mitteilen, dass diese Sessions wertvoll waren. Egal wo Sie sich auf der Welt befinden, ist es jede DevCon Wert, von Ihnen besucht zu werden. Diese Events geben Ihnen die Möglichkeit, Ihr Wissen besser zu erweitern als Sie es während der Arbeit mit dem Werkzeug tun könnten.

Wenn Sie die Artikel dieser Serie lesen, erfahren Sie, weshalb VFP nach wie vor ein mächtiges Werkzeug ist und wie VFP Ihnen als Entwickler helfen kann, Geld zu verdienen (was ja der Kern Ihres Geschäfts ist).

Frankfurt besuchen

Meine Reise nach Frankfurt war eventuell das Beste, was ich mir im Jahr 2007 angetan habe. Wie viele Entwickler sehe ich meine Zukunft als VFP-Entwickler etwas ambivalent. Die Nachricht, die Microsoft im März 2007 der Community übergeben hat, löste viele Gedanken und Befürchtungen aus. Jetzt habe ich eine vollkommen andere Sicht der Dinge. Neben vielen technischen Themen und Gesprächen mit Kollegen aus aller Welt bei einigen (oder mehr) Bier war der Inhalt der Sessions auf der deutschen DevCon überwältigend. Glückwünsche an Rainer Becker für seine Anstrengungen, so viele versierte Menschen mit hervorragendem Wissen an einem Platz zusammenzubringen. Ein Preis für sein Lebenswerk ist für ihn reserviert.

Ich hoffe wirklich, dass im nächsten Jahr mehr Menschen aus ganz Europa und den USA den Weg nach Frankfurt finden. England ist nicht so weit entfernt. Die Niederlande (wo ich lebe) liegen gleich nebenan. Auf dieser Konferenz waren keine Teilnehmer aus England anwesend und ich war der einzige Teilnehmer aus den Niederlanden. Es gibt mehr als ausreichend viele englischsprachige Sessions, um den Tag zu füllen und wer etwas Deutsch versteht, kann auch den deutschsprachigen Sessions folgen. Die deutschen Sprecher sind auch so freundlich, die wichtigsten Probleme ihrer Sessions für Sie zu übersetzen. Es gibt keine Entschuldigung, nicht zur deutschen DevCon zu fahren.

Wie häufig haben Sie sich beklagt, dass Microsoft unser geliebtes Werkzeug nicht bewirbt? Wie häufig haben wir uns gewünscht, dass es mehr Arbeit für VFP gibt? Wie häufig haben wir uns gewünscht, dass der Fuchs in mittleren und großen Unternehmen eingesetzt wird? Sind das nicht die Unternehmen, in denen das große Geld vorhanden ist? In Frankfurt habe ich Steven Black gesehen und seine Sessions haben mir die Augen geöffnet.

Nischenmärkte – arbeiten Sie dort, wo das Geld ist

Weshalb um alles in der Welt sollten wir dem Mainstream folgen?

Das würde bedeuten, dass wir im Wettbewerb mit den großen Unternehmen stehen. Sind wir dazu bereit? Vermutlich nicht. Wir haben nicht die Marketingkapazitäten und das Budget, das die großen Unternehmen haben, so dass Sie den Kampf verloren haben, bevor er richtig begonnen hat. Vielleicht verfügen Sie ja auch über viel Geld. Ich wette, dass Ihr Wettbewerber noch mehr Geld hat, und während Sie Ihr Geld ausgeben, um die Aufmerksamkeit des Mainstream-Markts zu erregen, macht Ihr Wettbewerber Geld, nicht Sie! In den meisten Fällen ist Ihr Geld weg, bevor es Ihnen klar ist und im Ergebnis sind Sie aus dem Rennen.

Unsere Märkte sind die Nischen, also die Teile des großen Markts, die für die Big Player nicht interessant sind, da die Kunden in diesen Nischen nach der Meinung der Big Player nicht über ausreichend Geld für ihre Produkte verfügen.

Was ist ein Nischenmarkt?

Steve definiert einen Nischenmarkt als „einen kleinen, definierten und bedienbaren Teil eines größeren Marktsegments“. Außerdem sind diese Nischen zu klein und zu spezialisiert, um von großen Unternehmen bedient zu werden. Zusätzlich ist sehr wichtig, dass diese Nischen klein sind, was bedeutet, dass die Anzahl der Unternehmen in dieser Nische relativ klein ist oder dass diese Unternehmen nicht genügend Geld ausgeben können, um sich selbst durch teure Werkzeuge, die durch die Big Player bereitgestellt werden, zu helfen.

Als Beispiel stellte er uns einen Entwickler vor, der eine Anwendung geschrieben hat und sie wartet, die in den Casinos von Las Vegas und der ganzen Welt eingesetzt wird. Nebenbei bemerkt wurde diese Anwendung in FoxPro für DOS geschrieben und es stand nie zur Diskussion, sie in VFP neu zu entwickeln.

Ist das ein profitabler Markt? Ich glaube schon. Der Inhaber dieser Firma lädt Steve ab und an zum Fischen irgendwo in den USA ein. Steve wird dann mit dem Flugzeug des Inhabers abgeholt. Dieser Mensch muss also genügend Geld haben, um sich ein Flugzeug zu kaufen. Geld, das er mit einer Anwendung gemacht hat, die in FoxPro geschrieben wurde.

Dann gibt es noch einen Entwickler, der die Anwendung geschrieben hat, die von allen wichtigen Teams in der NBA und in anderen Ligen verwendet wird. Auch er macht gutes Geld.

Wenn ich darüber nachdenke, kenne auch ich einige Menschen, die ihren eigenen Nischenmarkt haben.

Einer davon ist Don Higgins. Haben Sie schon einmal von ihm gehört? Er hat Crew Chief Pro geschrieben, eine Anwendung für die Drag Car Racing „Industrie“. Sie können sich einige Bilder dieser Anwendung unter www.crewchiefpro.com ansehen.

Auch ein anderer Entwickler hat eine schöne Nische gefunden. Haben Sie jemals von Doug Hennig gehört? Falls nicht, haben Sie die letzten Jahrzehnte vermutlich auf dem Mars oder einem anderen extraterrestrischen Ort verbracht. Er hat ein Werkzeug für das Berichtswesen und damit ein extrem einfach einzusetzendes Werkzeug geschrieben, mit dem Sie Ihre eigene Nische einrichten können. Dieses Werkzeug heißt Stonefield Query. Dieses Werkzeug können Sie als Ihr eigenes kennzeichnen, Ihr eigenes Logo und Ihren Namen und Icon verwenden und es Ihren

Kunden als ihr Produkt verkaufen und auf diese Weise Geld mit der Arbeit dieses bekannten und geachteten Mannes verdienen.

Wie sieht Ihr Blickwinkel aus?

Ein wichtiger Punkt, über den Steve sprach, war Ihr Blickwinkel beim Marketing. Beginnen wir mit der Perspektive, die verwendeten Werkzeuge vorzustellen oder anders ausgedrückt: „Arbeiten für Menschen, die VFP-Anwendungen benötigen“. Und genau das ist ein Fehler, den viele Entwickler machen.

Ich kann aus eigener Erfahrung sagen, dass die meisten Kunden nicht wissen wollen, welches Werkzeug Sie verwenden, so lange ihr Problem gelöst wird. Wenn Sie erwähnen, dass Sie VFP verwenden, kann dies eine Diskussion hervorrufen, die Sie nicht wirklich wollen und die nicht hilft, das Problem Ihres Kunden zu lösen.

Seien wir ehrlich. Wenn Sie ein Restaurant aufsuchen, um sich ein gutes Essen zu gönnen, fragen Sie den Koch auch nicht, welche Messer er verwendet. Und Sie erzählen ihm auch nicht, dass die japanischen Messer der Marke „Global“ besser sind als die deutschen Messer von „Zwilling“.

Damit kommen wir zur zweiten Perspektive, der Perspektive der Bedürfnisse des Marktes.

Erstellen Sie eine Lösung in VFP, weil Sie eine Lösung in VFP erstellen wollen? Oder erstellen Sie eine auf VFP basierende Lösung, da sie die Anforderungen Ihres Kunden erfüllt?

Sie wissen, dass Sie als Unternehmen nur existieren können, weil die Nachfrage nach jemandem besteht, der eine Lösung für ein bestehendes Problem erstellt. Sie sind Dienstleister für Ihre Kunden. Eventuell besteht die Lösung nicht nur aus einer Software. Vielleicht benötigen Ihre Kunden Hardware, beispielsweise einen Tisch und einige Stühle, so dass die Menschen miteinander reden können. Vermutlich wird auch ein guter Mediator benötigt. Sie können dieser Mediator sein (und für diese Tätigkeit Geld erhalten).

Offensichtlich benötigten die Casinos eine Software, um ihre Geldströme verfolgen zu können. Die Basketball-Teams benötigten eine Software, um den Wert der Spieler einschätzen zu können. Und ja, diese Anforderungen wurden durch zwei unabhängig von den Auftraggebern arbeitende intelligente Menschen erkannt und erfüllt, die damit viel Geld verdienen. Sie haben ihre eigene Nische geschaffen.

Entsprechend Steves Definition ist ein Nischenmarkt auch ein loyales Modell.

Wie können wir erreichen, dass sich die Kunden uns gegenüber loyal verhalten? Das hat nichts mit VFP zu tun, sondern mit unserer Fähigkeit, einen überdurchschnittlichen Service zu bieten. Achten wir wirklich darauf, was die Kunden erzählen, sehen wir ihre Körpersprache und erkennen wir die Signale, die sie ständig aussenden? Und noch wichtiger: reagieren wir entsprechend darauf?

Wir verfügen über zwei Ohren, zwei Augen und nur einen Mund. Glauben Sie mir, viele Menschen mit gesunden Augen und Ohren sind blind und taub, weil sie zu viel reden.

Indem Sie Ihren Kunden zuhören, sie während des Sprechens beobachten und ihnen anschließend eine funktionierende Lösung vorstellen, machen Sie die Kunden so loyal wie es möglich ist.

Die Nische finden oder schaffen?

Sollen wir uns jetzt umsehen, um einen solchen Markt zu finden? Das ist eine Möglichkeit, aber es ist auch möglich, uns einen eigenen Markt zu schaffen. Eventuell können Sie den Markt selbst schaffen, indem Sie Ihre eigenen Kenntnisse verwenden. Wenn Sie mehrere Jahre für einen bestimmten Markt gearbeitet haben, ist es gut möglich, dass Sie ein Problem des Markts kennen, das noch nie durch einen der Big Player gelöst wurde, da die Unternehmen in diesem Markt nicht über genügend Mittel verfügen, um die Lösung der großen Anbieter zu bezahlen. Denken Sie

daran, dass Nischenmärkte für die großen Anbieter zu klein oder zu schlecht greifbar sind. Setzen Sie Ihr Gehirn ein und erstellen Sie eine Lösung, die den Anforderungen des Marktes entspricht. Wenn Sie einen Kunden besuchen, merken Sie eventuell, dass er Probleme mit einer bestimmten Aufgabe hat. Sie stellen Fragen und hören, dass dies in der Branche Ihres Kunden ein allgemeines Problem ist. Voila, da öffnet sich eine weitere Nische für Sie. Nutzen Sie Ihre Chance.

Hat Ihnen Ihr Kunde schon einmal mitgeteilt, dass er eine spezielle Lösung benötigt? Können Sie diese Lösung erstellen und sie generisch genug gestalten, um andere Unternehmen der gleichen Branche bedienen zu können? Da ist Ihre kleine Nische.

Wenn Sie erst einmal eine Nische besetzt haben, finden Sie eventuell weitere Nischen mit ähnlichen Problemen, die aber eine etwas andere Lösung erfordern.

Sehen wir uns zunächst Andy Krameks Session über die Implementierung von Design Patterns (mit einem sehr guten Beispiel) an. Diese Session erspart Ihnen die Kopfschmerzen, Ihre Software von Grund auf neu schreiben zu müssen. Seine Session zu den Metadaten (auf der letztjährigen DevCon) ist dafür extrem hilfreich.

Anschließend ist es sinnvoll, Doug Hennigs Session über Anwendungen für vertikale Märkte zu besuchen. Auch er hat einige sehr gute Ideen, wie Sie Geld verdienen und Ihre Investitionen schützen (das sind drei weitere gute Gründe, nach Frankfurt zu kommen; wenn Sie nicht dort waren, fehlt Ihnen etwas).

Wenn Sie in eine neue Marktnische eintreten, nutzen Sie die Loyalität Ihrer Kunden und Ihren guten Namen in der anderen Nische, um Ihre Einstiegsschwierigkeiten zu minimieren.

Nischenmärkte sind per Definition abseits vom Mainstream. Das ist gut! Im Mainstream müssen Sie sich mit den Machenschaften der großen Anbieter herumschlagen, die Sie mit ihrem Marketingbudget erdrücken. Das wollen Sie nicht, wie ich Ihnen aus eigener Erfahrung berichten kann.

Nachdem Sie eine Nische gefunden haben, sollten Sie drei Aufgaben erledigen, bevor Sie mit der Arbeit in dieser Nische beginnen.

Prüfen Sie sich selbst. Fragen Sie sich, ob Sie den Unternehmen in dieser Nische das geben können, was sie benötigen. Bedenken Sie, dass Nischenmärkte von der Loyalität leben. Wenn Sie nicht das anbieten, was in der Marktnische benötigt wird, haben Sie einen schlechten Namen bevor Sie sich umgesehen haben. Aus dieser Situation herauszukommen ist schwierig, wenn nicht unmöglich.

Prüfen Sie sich auch als Person. Sind Sie ein reiner Entwickler oder können Sie auch als Verkäufer und Marketingmensch auftreten? Die Kenntnis der eigenen Stärken und Schwächen ist sehr wichtig, genau wie die Kenntnis Ihrer Interessen. Sind Sie ein hervorragender Entwickler, aber ein lausiger Verkäufer, nehmen Sie Hilfe an, wo Sie sie bekommen können. Nur zur Information: es gibt Verkäufer, die ihre eigene Nische gefunden haben, indem sie die Produkte von Firmen vermarkten, deren Inhaber keine guten Verkäufer sind. Wenn Sie die Aufgaben erledigen, in denen Sie gut sind und die anderen Aufgaben im Verkauf an Spezialisten abgeben, bilden Sie ein Gewinnerteam. Sie benötigen nicht viele Kunden, Sie benötigen nur viele Verkäufe.

Prüfen Sie die Nische. Dazu gehört, dass Sie sich fragen, ob Sie wirklich verstehen, wie die Unternehmen in dieser Nische ihre Arbeit erledigen und ob sie über ein ausreichendes Budget verfügen, um für Ihre Lösung zu zahlen.

Können Sie die potentiellen Kunden identifizieren und sind Sie in der Lage, diese Kunden anzusprechen? Wenn Sie die maximale Anzahl Kunden in einem Nischenmarkt erreicht haben, bevor Sie angemessen davon leben können, handelt es sich nicht um einen guten Markt.

Auch wenn der Markt zu spezifisch ist, um eine Software zu erstellen, die für andere Nischen skalierbar ist, handelt es sich um keinen guten Markt.

Außerdem müssen Sie untersuchen, ob ein anderer Anbieter für diesen Markt eine gute Software anbietet. Bedienen die Nische bereits andere Anbieter, deren Software keine wirkliche Lösung darstellt, könnte es die Nische trotzdem Wert sein, zu prüfen, ob Sie eine vollständige Lösung erstellen können, die die Unternehmen in diesem Markt kaufen wollen.

Fühlen Sie sich in der Nische wohl? Können Sie in diesem Teil des Marktes arbeiten, ohne das Gefühl zu haben, dass Ihre Integrität dabei zerstört wird oder dass Sie den Markt nicht vollständig verstehen?

Wenn Sie alle diese Fragen positiv beantworten können, haben Sie ihr Spielfeld gefunden. Fahren Sie fort und verdienen Sie Ihr Geld.

Wie ich bereits ausgeführt habe, sollten Sie, wenn Sie in einer Nische erfolgreich sind, Ihren guten Namen nutzen und in andere Nischen eintreten. Dafür ist eine gut entworfene und funktionierende Software erforderlich. Gute Software ist skalierbar. Und sicher sind auf VFP basierende Lösungen einfach. Sie können bei Bedarf von einem USB-Stick aus ausgeführt werden.

Bedenken Sie auch, dass die Kunden heutzutage eine große Auswahl an Kontakte haben, auf die sie hören können und viele Händler, von denen sie kaufen können. Das Internet ist ein riesiger Marktplatz. Seien Sie dabei und seien Sie sichtbar. Gehen Sie online und stellen Sie sicher, dass Ihre Website gut besucht wird. Hinterlassen Sie auch überall Ihre E-Mail.

Jetzt höre ich Sie schon sagen, dass dies gefährlich sei und Sie Unmengen an Spam erhalten werden, ein Ergebnis, das Sie nicht wirklich erreichen wollen. Aber mal ehrlich. Spam erhalten Sie auf jeden Fall, unabhängig davon, ob Sie Ihre E-Mail, Ihren Namen und Ihre URL in verschiedenen Foren hinterlassen oder nicht. Die Chancen sind hoch, dass ihr Stück am Kuchen kleiner wird, wenn Sie Ihre Daten nicht online hinterlassen. Die Online-Sichtbarkeit ist aber ein anderes Thema, das ich in einem weiteren Artikel behandeln werde.

Zusammenfassung

Als Entwickler müssen wir nicht im Mainstream mitschwimmen, um gutes Geld zu verdienen. Nischenmärkte sind erheblich besser. Der Wettbewerb ist gering oder nicht vorhanden. Sind die Kunden erst einmal mit Ihrer Lösung zufrieden, verfügen Sie über eine solide und loyale Kundenbasis, um neue Nischen zu erobern. Nischenmärkte sind zu klein und zu schwer fassbar, als dass die großen Anbieter sie bedienen würden. Das Finden oder Schaffen einer Nische ist eine Herausforderung. Diese Aufgabe erfordert, dass Sie Ihre Stärken und Schwächen ehrlich herausfinden.

Die Hilfe, Ihre Schwächen auszugleichen, ist immer nur eine Ecke entfernt. Ihre Schwächen sind Nischenmärkte für andere Anbieter, genau wie die Schwächen anderer Unternehmen Ihre Nische darstellen, wenn Sie eine solide Lösung anbieten können.