



## TEIL II - IDEE BEKANNT MACHEN

Was hilft die beste Erfindung wenn Sie niemand kennt?

Wenn Sie sich dazu entschlossen haben auf patent-net.de Partner / Käufer zu suchen, dann ist das wichtigste, dass Sie gefunden werden. Laden Sie dazu alle Personen / Unternehmen zu Ihrem Profil ein, die Interesse haben könnten.

Dies ist der wichtigste Punkt der gesamten Verwertung. Niemand macht sich auf die Suche nach Ihrer Erfindung, weil niemand weiß, dass Sie existiert.

Zeigen Sie Ihre Erfindung mit dem simplen Empfehlungstool

- Freunden
- Potentiellen Herstellern
- Kapitalgebern
- Vertriebsfirmen
- Journalisten ...

und lassen Sie Mundpropaganda und Viral-Marketing freien Lauf.

Folgende Seiten helfen Ihnen als Erfinder die Idee an die richtigen Ansprechpartner heran zu tragen. Das können Endkonsumenten, Lizenznehmer, Produzenten, Händler, Vertriebsstrukturen und viele mehr sein.

Wenn Sie diese Liste dann abgearbeitet haben, ist der größte Schritt zur Vermarktung Ihrer Erfindung schon gemacht.

Um Ihre Erwartungen in die Möglichkeiten realistisch zu halten hier eine grobe Größenordnung darüber wie viele Reaktionen Sie erwarten sollen. Abhängig von der Qualität Ihres Anschreibens und wie gut Sie die Interessenten vorab auswählen werden etwa 3 – 10 von Hundert antworten. Meist bekommt man



## I. IDEE BEKANNT MACHEN

---

keine Absagen, sondern spezifische Nachfragen zu Preisen, Technik, Zeichnungen usw.

Beantworten Sie diese Anfragen im eigenen Interesse rasch und ausführlich. Wo eine Telefonnummer vorhanden ist, ist ein persönliches Gespräch (nach Übermittlung der angeforderten Unterlagen) besonders wertvoll.

Hier gibt es jemanden der sich für Ihre Erfindung interessiert. Das ist genau das was sie wollten.

Natürlich ist eine Anfrage noch kein Vertrag, aber jede Anfrage könnte genau diese Eine sein, die Ihrer Idee auf den Markt hilft.

Bewerten Sie die Anfragen realistisch und lassen Sie keine Hinhaltetaktiken zu. Jeder, der nicht in angemessener Zeit antwortet hat kein so großes Interesse. Rufen Sie jedoch immer nach um herauszufinden, warum man sich Zeit lässt. Große Unternehmen haben oft länger Entscheidungswege als Inhabergeführte kleine Unternehmen.